

# РУССКИЙ НОВЕЛИР

октябрь | 2011 (7)



Традиции на все времена! Они возвращаются |  
Аттестуем производственный персонал |



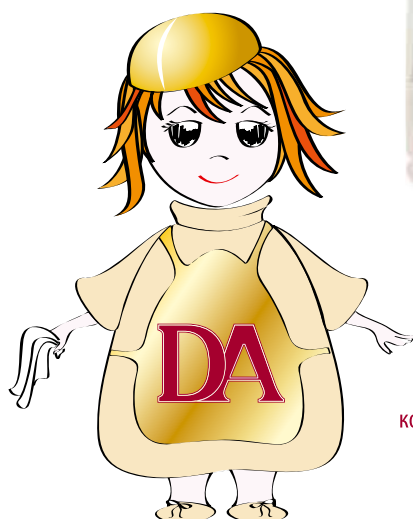
# ДА

## ДАНИАЛИС

ювелирная косметика.рф



**Чистящая салфетка для ювелирных изделий**  
(для золота, серебра, универсальная).  
Одной салфеткой можно почистить до 20 изделий!  
Хорошо чистит изделия с твердыми камнями.  
С осторожностью использовать для изделий  
с мягкими камнями и чернением.  
Можно работать без перчаток. Саше. 1,5 мл



**Средство для чистки ювелирных изделий из  
золота/серебра.** Не содержит аммиак.  
Можно работать без перчаток. Флакон. 150 мл

**Средство по уходу за жемчугом  
и деликатными камнями.**  
Подходит для чистки бирюзы, лазурита, малахита,  
коралла, янтаря и изделий с искусственным чернением.  
Можно работать без перчаток. Флакон. 150 мл



**НОВИНКА! Полирующая салфетка  
для ювелирных изделий — ПРЕМИУМ**  
(для золота, серебра, универсальная).  
Микрофибра. 10×15 см



**НОВИНКА! Полирующая салфетка  
для ювелирных изделий — КЛАССИК**  
(для золота, серебра, универсальная).  
Хлопок. 10×15 см

На территории РФ торговая марка зарегистрирована — ООО «РА «Русский Ювелир». Продукция имеет все необходимые сертификаты, предусмотренные законом РФ. Поставка продукции производится со склада в Санкт-Петербурге и Москве.  
По вопросам оптовых поставок: ООО «РА «Русский Ювелир» (Даниалис™), 199034, Санкт-Петербург, В.О., 16-я линия, д. 7  
т./ф.: +7 (812) 327-75-65/66, +7 (812) 328-05-51/61,  
[www.danialis.ru](http://www.danialis.ru), [www.ювелирнаякосметика.рф](http://www.ювелирнаякосметика.рф), e-mail: [info@danialis.ru](mailto:info@danialis.ru), [suv@russianjeweller.ru](mailto:suv@russianjeweller.ru)

### ДИЛЕРЫ

Москва: ООО «КЛИО», 119991, Москва, Ленинский пр., д. 6, тел./факс: +7 (495) 237-39-96, 237-48-42, 237-67-66  
Санкт-Петербург: ООО «ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ», ул. Цветочная, д. 25, офис 508, тел./факс: +7 (812) 718-76-02, 336-39-48

# Лучший партнер 2011

Профессиональные выставки — это и для экспонентов, и для посетителей всегда тяжелый труд, которому предшествует большая подготовительная работа: множество встреч, переговоров и просмотр бесконечного количества украшений. К счастью, наша жизнь складывается не только из работы, бывает в ней и много приятных моментов.

Одним из таких моментов стало подведение итогов конкурса «Лучший партнер», организованного компанией «Даниалис» — производителем ювелирной косметики. «Даниалис» — крупнейший отечественный производитель средств для чистки и ухода за украшениями, продукция которого разработана, протестирована и выпускается на территории России. Неудивительно, что торговую марку «Даниалис» знают и любят в самых разных городах нашей страны. Активное сотрудничество с ювелирными магазинами позволяет представить новый ассортимент большому числу покупателей, что, в свою очередь, делает коммерчески выгодной работу как производителя, так и торговых организаций. Но самое

главное, для чего был организован конкурс, — отметить коллективы тех ювелирных салонов, кто всегда впереди, кто готов к расширению ассортимента за счет сопутствующего товара, ювелирной косметики, кто проводит работу с покупателями, руководствуясь лозунгом «Сегодня случайный посетитель — завтра любимый покупатель». Такая политика приносит реальные плоды и чувство большой гордости за проделанную работу. Сентябрь прекрасное время для праздничных мероприятий, и в рамках выставки «JUNWEX Москва 2011» коллектив компании «Даниалис» совместно с редакцией журнала «Русский Ювелир» подвели итоги конкурса «Лучший партнер», объявленного в начале года, и наградили лучших из лучших!

## «Лучший партнер 2011»

ООО «ЮД «Кристалл», г. Липецк

Сеть ювелирных магазинов «Монте-Кристо», г. Калининград

Сеть ювелирных магазинов «Золотая рыбка» и «Фианит», г. Челябинск

ООО «Русский Ювелир», г. Новосибирск

Компания «Ювилэнд», г. Волгоград

Сеть ювелирных магазинов «14 Карат», г. Санкт-Петербург

Сеть ювелирных магазинов «Талисман», г. Рыбинск

Сеть ювелирных магазинов «Золотой Набат» г. Москва

Сеть ювелирных магазинов «Александрит» г. Тверь

Сеть ювелирных магазинов «Русское золото» г. Благовещенск





# РУССКИЙ ЮВЕЛИР

## РЕДАКЦИЯ

**главный редактор** Владимир Пилюшин  
**1-й заместитель главного редактора**  
Светлана Пилюшина — sveta@russianjeweller.ru  
**редактор**  
Татьяна Самойлова — ts@russianjeweller.ru  
**эксперт-геммолог**  
Михаил Чижов  
**дизайн и верстка**  
Екатерина Калинина  
**фото**  
Платон Терентьев  
**рисунки**  
Екатерина Калинина  
**корректор**  
Людмила Лебедева  
**журналист**  
Наталья Скарлыгина

## ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ

**рекламный отдел**  
Мария Станецкая — advert@russianjeweller.ru

**ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ**  
info@russianjeweller.ru

## МОСКОВСКОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО

**директор**  
Виталий Пилюшин  
тел.: +7 (903) 599-59-97, +7 (921) 432-90-53  
e-mail: moscow@russianjeweller.ru

## АДРЕС РЕДАКЦИИ

199034, Санкт-Петербург, В. О., 16 линия, д. 7, оф. 59.  
Тел./факс (812) 327-75-65/66  
www.russianjeweller.ru  
e-mail: info@russianjeweller.ru

Для почтовой корреспонденции:  
199034, Санкт-Петербург, а/я 8,  
ООО «РА «Русский Ювелир»

**учредитель** ООО «РА «Русский Ювелир»

**издатель** ООО «РА «Русский Ювелир»

## РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Александр Горыня  
Валерий Крылов  
Михаил Пиотровский  
Александр Рыбаков  
Татьяна Фаберже

## РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Марина Лопато  
Владимир Матвеев

## БУХГАЛТЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА

Центр учета и аудита

**ЖУРНАЛ «РУССКИЙ ЮВЕЛИР», № 7, 2011 год**

**ТИРАЖ** 5000 экз.

**СВИДЕТЕЛЬСТВО О РЕГИСТРАЦИИ** средства массовой информации ПИ № ФС77-35990. Выдано 22 апреля 2009 года Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи и информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

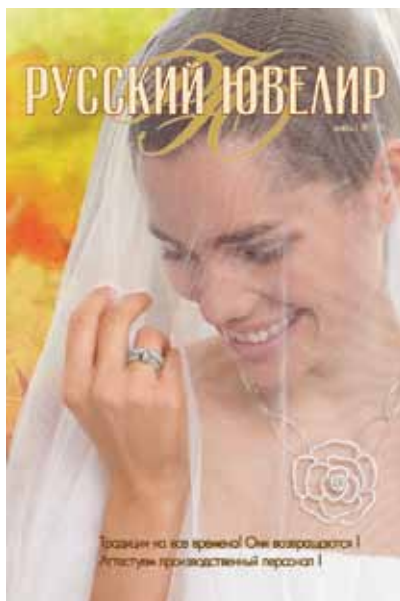
**ПЕЧАТЬ** Типография «Премиум Пресс», Санкт-Петербург

«РУССКИЙ ЮВЕЛИР» © — зарегистрированная торговая марка

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных объявлений. Полное или частичное воспроизведение материалов, опубликованных в журнале, допускается только с письменного разрешения редакции со ссылкой на «Русский Ювелир». Все рекламируемые товары и услуги имеют необходимые сертификаты и лицензии. Рукописи не рецензируются и не возвращаются. Свободная цена

**Журнал «Русский Ювелир» —**

**ОФИЦИАЛЬНЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАРТНЕР**  
**Гильдии ювелиров России**



Обручальное и помолвочное  
кольца из платины  
с бриллиантами.

Платиновое кольцо «Роза»  
с бриллиантами круглой огранки.

Heinz Mayer (Хайнц Майер),  
Идар-Оберштайн, Германия.

## содержание

### ПРЕДСТАВЛЯЕМ

- 6 Любовь несет мир, а Вера — Истину
- 26 Новые коллекции часов со SWAROVSKI ZIRCONIA

### ВЫСТАВКИ

- 8 VICENZAORO CHOICE
- 10 Ювелирная Мекка
- 12 Ювелир-2011 в Сокольниках
- 16 Перспективы развития рынка



### КОНКУРСЫ

- 20 Лучшие украшения России

8 VICENZAORO  
CHOICE



20 Лучшие украшения  
России





52 Они  
возвращаются

40  
Срочно  
требуется!



56 Мария Александровна  
Тоне (начало)



48 Ювелирная  
микромеханика



26 Новые  
коллекции часов

## ТЕМА НОМЕРА: РЫНОК ОБРУЧАЛЬНЫХ КОЛЕЦ

- 28 Традиции на все времена
- 30 Обручальные кольца для  
взыскательных молодоженов
- 34 Торжество обручального кольца
- 36 Свадебные кольца — долгая память  
для супругов
- 38 Символы любви и верности

## ЮВЕЛИРУ НА ЗАМЕТКУ

- 40 Срочно требуется!!! Принципы  
составления и размещения  
объявлений о поиске персонала
- 44 Аттестуем производственный  
персонал

## ЧАСЫ

- 48 Ювелирная микромеханика

## МОДНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

- 52 Они возвращаются

## МЭТРЫ ЮВЕЛИРНОГО ИСКУССТВА

- 56 Мария Александровна Тоне (начало)

## ИССЛЕДОВАНИЯ

- 61 Авторское ювелирное и камнерезное  
искусство Урала и Сибири  
постсоветского периода

## НАШИ ПОЗДРАВЛЕНИЯ

- 4 Лучший партнер 2011
- 67 С днем рождения!



28 Тема номера:  
рынок обручальных колец

6  
Любовь несет мир,  
а Вера — Истину



# Любовь несет мир, а Вера — Истину

Православная художественно-ювелирная мастерская «Златарница» со дня основания в 2003 году несет с гордостью свое имя, конкретными делами способствуя возрождению духовности нашего Отечества. Широчайший ассортимент изделий, выпускаемых мастерской, рассчитан на самый взыскательный вкус православных верующих и производится в строгом соответствии с правилами и канонами Русской Православной Церкви. Иконы, кресты, панагии, дароносицы, кадила, лампы; обручальные, венчальные, охранные кольца; крестики, образа — это не полный перечень того, что делают ювелиры «Златарницы». Особое место среди богослужебных предметов принадлежит священным (евхаристическим) сосудам, то есть сосудам, предназначенным для совершения Таинства Причащения. Это потир, дискос, звездица, лжица, копия и дарохранительница, а также сосуд для хранения святого мира.



*Потир из камня.  
Копия потира 1828 года.  
Серебро 925°, позолота,  
резьба по кости, камень  
орлец, сапфиры*

Священные сосуды такие же древние, как и само христианское богослужение. При совершении важнейших церковных богослужений, таинств стали необходимы священные сосуды, которые были позаимствованы из бытовой утвари. Но освященные для богослужебного употребления, эти предметы не могли быть обращены в прежнее употребление.

Только в исключительных случаях позволялось отдавать (продавать) священные сосуды для небогослужебного употребления: когда не было никаких иных средств для выкупа пленных христиан и для помощи бедным во времена неурожая и голода. Но и в этом случае священные сосуды, как правило, переплавлялись, и таким образом в нецерковное употребление отдавался металл, а не сами сосуды.

Для хранения священных сосудов в храмах с древнейших времен отводилось особое помещение — сосудохранильница, находившаяся под надзором диаконов или других клириков. В древности священные сосуды были деревянные и стеклянные, глиняные и каменные, медные и оловянные, а также изготовленные из золота и серебра и украшенные драгоценными камнями. Все зависело от материального состояния прихода и отчасти от назначения сосуда.

В Православной Церкви согласно 73 апостольскому правилу принято, чтобы потир, дискос, звездица и лжица были изготовлены из благородного (некорродирующего) металла: золота, серебра, латуни, мельхиора, олова, но отнюдь не из железа, меди, бронзы, стекла или дерева. Обычно весь набор священных сосудов одного храма бывает изготовлен из одного металла. Для мастеров «Златарницы» излюбленным металлом стало серебро, которое из-за своей белизны является символом целомудрия, чистоты, святости, а также евангельского красноречия.

Расскажем немного о каждом из этих предметов.

**Потир** (греч. — **сосуд для питья**) представляет собой круглую чашу на высокой подставке с круглым основанием. Церковный По-



Евхаристический набор из 7 предметов.  
Потир объемом 1,7 литра, серебро 925°, позолота,  
грабировка



тир — это образ Чаши, которую Господь Иисус Христос на Тайной Вечере преподал Своим ученикам со словами: «Пейте из нее все, ибо сие есть Кровь Моя Нового Завета, за многих изливаемая во оставление грехов» (Мф. 26, 27–28). Поэтому Потир имеет духовное значение, он употребляется для претворения вина в истинную Кровь Христову.

**Дискос (греч. — круглое блюдо)** является образом блюда, с которого Иисус Христос на Тайной Вечере взял хлеб и претворил его в Свое Пречистое Тело, раздав Своим ученикам. Служит для помещения на нем вырезанной из просфоры особым образом средней ее части с печатью наверху — Агнца, освященного хлеба, для последующего претворения его в истинное Тело Христово.

**Лжица — небольшая ложка с крестом** на конце рукояти, употребляется для преподания Причастия из Чаши (Потира) мирянам.

**Звездица олицетворяет Вифлеемскую Звезду**, ставшую над пещерой со Спасителем. Она ставится на Дискос так, что под пересечением ее дуг оказывается Агнец.

Священные сосуды обычно приобретаются на нужды храма настоятелями. Особую же ценность эти предметы приобретают, когда их преподносят в дар на престольные праздники конкретного храма, на день Ангела или на юбилей настоятеля, на праздники, приуроченные к каким-то памятным датам прихода. Делать такие дары всегда было в традиции православных прихожан, ибо сей по-

Евхаристический набор из 6 предметов.  
Потир объемом 1 литр, серебро 925°, позолота, образ исполнен в технике росписи по горячей эмали



стук несет мир, радость и спокойствие в души человеческие.

Неповторимый, индивидуальный стиль художников и ювелиров «Златарницы» узнаваем в каждом изделии, наполненном душевной теплотой, любовью и верой православных мастеров.

**Православная художественно-ювелирная мастерская «Златарница»:**

Санкт-Петербург, ул. Жукова, д.18  
Тел. раб. +7 (812) 740 74 54  
тел. моб. +7 (812) 934 87 46  
[www.zlatarnica.ru](http://www.zlatarnica.ru)

# VICENZAORO CHOICE

Выставки Vicenzaoro вот уже более тридцати лет являются важнейшими событиями ювелирного мира.

И это неслучайно, ведь итальянские ювелиры известны во всем мире безупречным качеством украшений и изысканным стилем.

Три раза в год старинный город Виченца становится местом встречи профессионалов ювелирного бизнеса. Именно в Виченце проходят презентации новых коллекций и задаются тенденции наступающего сезона. Выставки, как вы уже, конечно, знаете, проходят в январе, мае и сентябре. И если первая Vicenzaoro First открывает ювелирный год, то сентябрьская Vicenzaoro Choice не только подводит предварительные итоги, но и демонстрирует предстоящие направления развития ювелирной моды. Расскажем подробнее о прошедшем событии.

Vicenzaoro Choice 2011 проходила с 10 по 14 сентября. Более 1300 экспонентов представили изделия не только из различных регионов Италии, но и многих других стран, таких как Германия, Индия, Бразилия, Мексика, Австрия, Португалия, Австралия. Разделы выставки охватили практически весь спектр рынка: ювелирные украшения из золота, серебра, платины, столовое серебро, драгоценные и полудрагоценные камни, кораллы, камеи, часы, упаковка, геммологическое оборудование, средства для ухода за изделиями и аксессуары. Первое новшество, о котором сначала узнали журналисты, — это пресс-конференция online. Удобный современный формат мероприятия позволил получать ответы на интересующие вопросы. А вопросов было много, например, один из вопросов нашей редакции был таким: «В России в 2009 году во времена кризиса многие производители золотых украшений активно стали выпускать коллекции из серебра, считая, что потребители станут активнее покупать серебряные украшения. Но время показало, что покупатели, предпочитающие золотые украшения, не готовы покупать серебро. Происходило ли нечто подобное в Италии?» Отвечал на этот вопрос знаменитый Джанмария Буччеллати. По его словам, Италия всегда была страной золота, и никакие катаклизмы не заставят свернуть ее с выбранного пути. С высоты своего положения сказать что-то о других участниках ювелирного рынка он вряд ли мог — это и понятно. Дом Буччеллати выпускает украшения высокой марки, когда на создание кольца может уйти



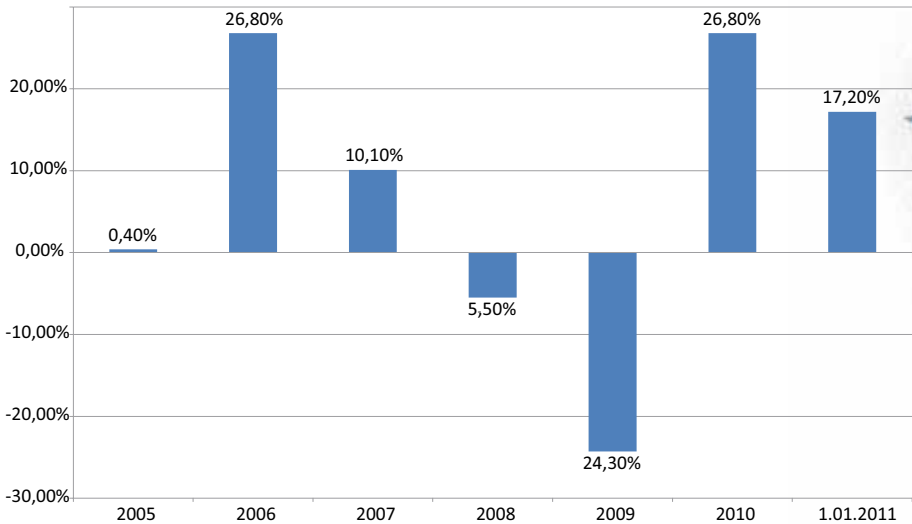
**Пресс-конференция on-line**



**Джанмария Буччеллати отвечает на вопросы журналистов**



Диаграмма 1



от четырех до шести месяцев, а на браслет или другое украшение — от двух до трех лет...

Много вопросов было посвящено взаимоотношениям с производителями из Юго-Восточной Азии, размещению заказов в этих странах. Наилучшим ответом здесь служит, пожалуй, представленный обзор экономической ситуации в ювелирном мире, о котором мы расскажем чуть позже, но который ясно указывает на лидеров по переработке драгоценных металлов и камней. Италия же остается на прежних лидирующих позициях в вопросах дизайна, закладывания основных тенденций и в ювелирном секторе, и в fashion-индустрии в целом.

Теперь несколько слов об экономическом обзоре. Он был представлен Веронским университетом и клубом Club degli Orafi Italia из Виченцы.

Спрос на ювелирные украшения в первом квартале 2011 года в мире вырос на 12,5 % по сравнению с тем же периодом 2010 года. За первый квартал 2011 года Индия и Китай подтвердили статус ведущих стран мира по спросу на золото. В Соединенных Штатах, напротив, спрос уменьшился.

На приведенной диаграмме 1 представлены данные итальянского экспорта золота, но не будем забывать, что эти данные в ценовом выражении дают не совсем точную картину, так как отражают в большей степени рост цены на золото.

В таблице 1 представлены данные об экспорте золота из Италии в различные страны в 2011 году в сравнении с тем же периодом 2010 года, тонны.

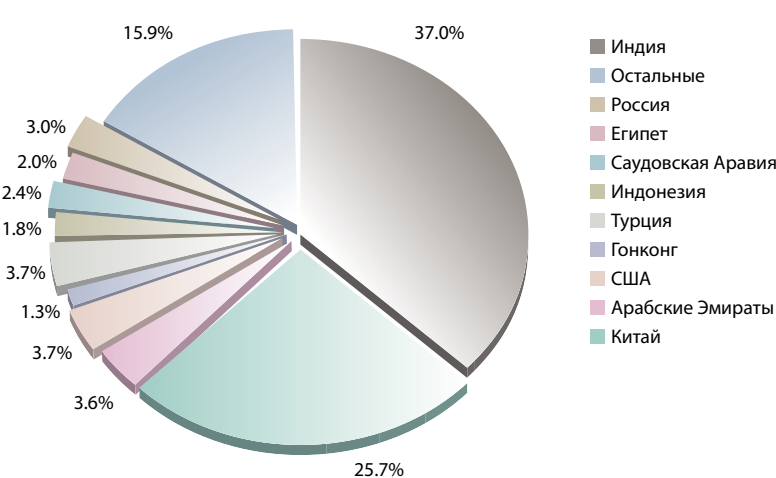
Диаграмма 2. Десятка ведущих стран по спросу на ювелирные украшения, тонны.

Приведенные данные говорят о положительной динамике роста экспорта ювелирных изделий Италии, а также о том, что главные рынки сбыта продукции находятся в Азиатском регионе. Возможно, в будущем это приведет к расширению экспозиций этих стран на площадке Vicenzaoro, а также к росту числа посетителей выставки из этого региона. В любом случае, выставки Vicenzaoro являются важнейшими событиями для всех, кто связан с производством и реализацией товаров из драгоценных металлов.

Таблица 1  
Экспорт золота из Италии в различные страны в 2011 году в сравнении с тем же периодом 2010 года, тонны

| Страна         | Январь-Апрель 2010 | Январь-Апрель 2011 | Прирост, % |
|----------------|--------------------|--------------------|------------|
| Франция        | 250,7              | 234,3              | -13,4%     |
| Испания        | 257,1              | 211,2              | -17,8%     |
| Германия       | 130,9              | 188,7              | 44,2%      |
| Португалия     | 70,5               | 81,7               | 15,9%      |
| США            | 107,6              | 89,3               | -17%       |
| Румыния        | 40,5               | 80,8               | 99,5%      |
| Турция         | 39                 | 85,8               | 120%       |
| Греция         | 46,8               | 57,8               | 23,5%      |
| Швейцария      | 34,9               | 43,2               | 23,8%      |
| Россия         | 39,9               | 45,9               | 15%        |
| Великобритания | 58,6               | 35,5               | -39,4%     |
| Марокко        | 20,1               | 39,7               | 97,5%      |
| Бельгия        | 24,5               | 29,8               | 21,6%      |
| Польша         | 24,3               | 27,9               | 14,8%      |
| Гонконг        | 36,8               | 26,3               | -28,5%     |

Диаграмма 2  
Десятка ведущих стран по спросу на ювелирные украшения, тонны





Ли́ра Кудакáева

# Ювелирная Мекка

Гонконг, пожалуй, лучший город на Земле. Ну, по крайней мере, самый удобный и комфортный для жизни. Этот город, сочетающий традиционность и самобытность Востока и четкость и целеустремленность Запада, действительно уникален. Мне он с первого взгляда показался необыкновенным и в то же время родным: зеленый, теплый, концептуальный, он оставляет удивительное чувство счастья, уверенности и желания развиваться.

По данным Совета по развитию торговли Гонконга (HKTDC), на конец 2010 года в Гонконге насчитывалось 416 ювелирных производственных компаний. Гонконг занимает четвертое место в мире по объему экспорта ювелирных изделий после Италии, США и Швейцарии. В 2010 году объем экспорта вырос на 21%, что говорит о значительном увеличении покупательского спроса на фоне падения объема экспорта на 23% в 2009 году.

Основными рынками сбыта для Гонконга по-прежнему остаются США, ЕС и Швейцария, на которые приходится 64% экспорта. Выставки 2011 года, включая прошедшую в сентябре, показали усиливающийся интерес к изделиям со стороны развивающихся рынков СНГ и Латинской Америки.

Современный Гонконг давно называют ювелирной Меккой, подтверждением этому по праву можно считать прошедшую в конце сентября ювелирную выставку September Hong Kong Jewellery & Gem Fair.

## Выставка в цифрах:

- Выставка проходила в двух выставочных павильонах: AsiaWorld-Expo (AWE), где с 19 по 23 сентября выставлялись компании — поставщики ювелирных вставок и ювелирного оборудования, и Hong Kong Convention & Exhibition Center (HKCEC), где с 21 по 26 сентября разместились ведущие мировые производители ювелирных изделий.
- Выставка этого года побила все рекорды предыдущих 29 лет с момента ее проведения: в этом году в ней приняли участие более 3400 компаний из 46 стран и регионов (что на 200 компаний больше, чем в прошлом году).
- Общая выставочная площадь составила более 130 000 квадратных метров. Посещаемость выставки также оказалась рекордной — число по-

*На фото — одна из витрин Гонконгского выставочного центра (HKCEC)*



сетителей составило почти 50 000 человек, что на 32% больше, чем в прошлом году. По данным организаторов, 30% гостей выставки были из Гонконга, 23% — из материкового Китая и 7% — из Индии.

- На выставке было около 20 групповых павильонов, в которых были представлены компании из Антверпена, Бразилии, Германии, Гонконга, Израиля, Индии, Индонезии, Испании, Италии, Китая, Колумбии, Кореи, Сингапура, США, Тайваня, Таиланда, Турции, Франции, Шри-Ланки, Японии и Международной ассоциации цветных драгоценных камней (ICA).

- Алмазный павильон на выставке в AWE снова является самым большим в мире: в этом году он разместил на своей территории более 430 компаний (общая площадь павильонов, где представлены бриллианты, составила 17 000 квадратных метров).

- Лидирующей категорией из предложенных на выставке товаров (23%) стали бриллианты и бриллиантовые украшения.

Так сложились обстоятельства, что оценивать результаты выставки я имела возможность изнутри, поскольку уже больше полугода наблюдаю, как работает одна из успешных гонконгских компаний. Сразу оговорюсь, что выставку я вижу через призму того, что происходит непосредственно на стенде компании. Самым интересным вопросом для меня лично всегда был секрет успеха гонконгских ювелирных компаний. Могу сказать, что найти ответ на него до конца мне все еще не удалось, но основные факторы, на мой взгляд, лежат на поверхности:

1. Искключительное трудолюбие и преданность своей работе. Рабочий день в компании начинается в 9 утра, официально он длится до половины седьмого, однако редкие сотрудники покидают свое рабочее место раньше восьми. Когда я пыталась робко возразить, что работа никогда не заканчивается, поэтому нужно уметь переносить ее на следующий день, мне всегда отвечали, что таков стиль работы всех торговых компаний. Электронную почту сотрудники не проверяют разве что во сне... Ну и, конечно, суббота — рабочий день. Официально он длится полдня, а дальше зависит от конъюнктуры рынка.

2. Вы, наверное, согласитесь, что работать долго не обязательно значит эффективно. Эта проблема решается как финансовой мотивацией сотрудников (зарплата менеджеров отделов продаж зависит от объема продаж. Впрочем, такая практика распространена и в России), так и человеческим отношением ко всем сотрудникам в компании. Менеджеры компании умеют выстроить диалог с сотрудниками таким образом, чтобы повысить их лояльность к компании.

3. Гонконгцы отличаются удивительной организованностью. Например, когда компания участвует в выставке, сотрудники действительно работают как одна команда, все продумано до мелочей. Подготовка к выставке начинается ровно за столько дней, за сколько максимально быстро можно к ней подготовиться. Авралы сведены до минимума. Мне очень нравится то, что выкладка изделий планируется и готовится еще в офисе, наличие украшений сверяется каждый день, поэтому на послевыставочные мероприятия времени затрачивается немного. Так как каждый вечер все изделия раскла-



**Ли́ра Кудакеева**

дываются по своим местам, после выставки достаточно потратить 3—4 часа, чтобы разложить все в офисе. Никакого беспорядка, нервов или конфликтов. Это удивительно мотивирует.

4. Менеджеры компании проводят ежедневный мониторинг мировой ситуации на ювелирном рынке, включая мировые бизнес-тенденции, дизайнерские новинки и основные тренды, изменение котировок по мировым валютам и драгоценным металлам. Другими словами, осведомлен — значит, вооружен. Когда руководство четко знает, в каком направлении развиваться компании, гибко реагирует на изменения во внешней и внутренней среде, чувствуешь себя комфортно и уверенно.
5. Важным аспектом успеха гонконгских компаний, а также основным их отличием от аналогичных китайских является заинтересованность в построении долгосрочных отношений с клиентом. Важно не просто заключить хорошую сделку с новым клиентом, но и сделать его постоянным. Наша компания работает на рынке уже 30 лет, за эти годы удалось начать работу с крупнейшими мировыми брендами. Помимо собственной линии украшений компания изготавливает изделия под брендами крупных компаний-заказчиков, гарантируя эксклюзивность изделий и их дизайна.

Увеличение числа посетителей выставки произошло в основном за счет повышения покупательской способности гонконгских и китайских покупателей. На выставке очень часто была слышна и русская речь. Россияне все активнее открывают для себя Гонконг, сейчас на выставке можно встретить не только крупные оптовые компании-импортеры, но и небольшие розничные сети (до десяти магазинов).

В целом, говоря о результатах выставки, можно сделать вывод, что, несмотря на мрачные и пессимистические прогнозы в отношении ситуации на мировых экономических рынках, ювелирный рынок продолжает медленно, но уверенно развиваться, демонстрируя стабильный рост на фоне падения объемов продаж в 2009 году. Компании, имеющие четкую стратегию развития, быстро адаптирующиеся к потребностям рынка, способные предложить клиентам инновационный дизайн, высокое качество изделий и привлекательные цены, чувствуют уверенность в завтрашнем дне.



# Ювелир-2011 в Сокольниках



С 3 по 9 сентября в четвертом павильоне выставочного центра в Сокольниках прошла ежегодная Московская международная ювелирная и часовая выставка «Ювелир-2011», организатором которой является ЗАО «Р.О.С.ЮВЕЛИРЭКСПО». Можно сколько угодно долго рассуждать о сложностях нашего времени, но дети по-прежнему рождаются, люди (молодые и не очень) женятся, празднуют дни рождения, юбилеи и радуют себя подарками, иногда даже просто в честь хорошего настроения. А потому ювелирное искусство будет востребовано всегда...

**Н**у а магия «Сокольников» как ювелирного центра в умах покупателей, похоже, будет жить вечно — ведь не одно поколение москвичей привыкло к тому, что в начале сентября именно здесь правят бал ювелиры. А в этом году организаторы подарили ценителям прекрасного еще и «счастливые часы»: с 10 утра до 12 дня, а также вечером с 18 до 20 часов вход на выставку был бесплатным.

И многие воспользовались возможностью: в первый свой поход покупатели рассматривали коллекции, искали то самое «мое и только мое» украшение, сравнивали цены. Ведь выставка — это многочисленные стенды, умеренные цены, приветливые продавцы, готовые провести увлекательный

рассказ о своих новинках, стать проводниками в мир роскоши и ювелирной моды.

Наш корреспондент побеседовал с участниками выставки и поинтересовался нынешними настроениями и предпочтениями покупателей.

**Елена Гайворонская, представитель филиала компании «Сахаювелир» в Новосибирске, впервые работает на выставке:**

— Выставка для нашей компании складывается весьма удачно. Мы, можно сказать, старожилы выставки «Ювелир», здесь у нас сложился свой круг почитателей украшений «Сахаювелир» — ведь в них



заключена красота и величие якутских бриллиантов, рожденных в вечной мерзлоте сурового края... Это не просто красивые слова, они подкреплены реальными продажами. Якутские бриллианты, безусловно, становятся самым узнаваемым брендом республики, в становлении которого большую лепту внесла и наша компания. Теперь этот бренд работает и на нас. На выставке очень много покупателей, и особенно приятно, что среди них есть те, кто каждый год приходит именно к нам, интересуется новинками. Если сравнивать продажи на выставке в Москве, скажем, с продажами в нашем филиале, то могу сказать, что москвичи гораздо чаще покупают украшения с крупными бриллиантами. В Новосибирске такие большие продажи у нас только в декабре и марте, когда мужчины готовят подарки и стоимость украшений отходит на второй план. Дорогие изделия продаются хорошо, но чаще покупают, конечно же, украшения с мелкими бриллиантами.

**Оксана Чупракова, представитель филиала компании «Сахаювелир» в Хабаровске:**

— Я постоянно работаю на выставках и потому могу сравнивать настоящую выставку в Сокольниках с прошлыми, а также с проходящими в других городах. В Москве и Петербурге покупают более дорогие украшения, чем в регионах, что вполне объяснимо. На каждой выставке нашу компанию ждут, доверяют нам, что, безусловно, очень приятно. На выставке в Сокольниках у нас сложился свой круг покупателей, среди которых много тех, кто совершает покупки ежегодно. Мы понимаем, что не каждый человек в состоянии сразу же приобрести полный комплект украшений. Бриллианты — украшения не простые. А так как их блеск и красота не тускнеют с годами, актуальность украшения не зависит от моды, то многие покупатели составляют свои комплекты годами: вначале приобретают серьги, затем кольца и колье... Хочу отметить еще одну тенденцию последних лет: по-



Хит продаж компании «Сахаювелир»

купатель стал значительно разборчивее в покупках и более информирован о характеристиках бриллиантов. Сейчас гораздо чаще покупают кольца с одним, но крупным бриллиантом с хорошими характеристиками, понимают, что мелкие бриллианты ценятся меньше. А раньше главное было, чтобы камень сверкал. Характеристики камня не играли роли — он должен быть большим и только! Главный итог выставки, на мой взгляд, — это то, что покупатель уходит от нас с хорошими впечатлениями. Мы рады были видеть у себя наших постоянных клиентов из разных регионов России, а также новых, с которыми мы познакомимся на нашем стенде!



Невозможно было пройти мимо стенда художников-ювелиров Бориса и Юлии Колесниковых, авторов необычных золотых и серебряных ювелирных изделий. О том, как проходит выставка, поделился своим мнением член Союза художников России Борис Колесников:

— На выставке в Сокольниках, у нас, можно так сказать, состоялись две премьеры: мы представили нашу авторскую коллекцию на собственном стенде (ранее мы участвовали совместно с крупными компаниями, теми, кто ценил наше искусство и предоставлял нам возможность демонстрировать работы на их стендах), а также показали мелкосерийную коллекцию украшений. Безусловно, мы шли на определенный риск, решившись на самостоятельное участие в выставке, но, основываясь на успехе предыдущих выставок, посчитали этот риск оправданным. В том, что расчет верен, мы и убедились на выставке «Ювелир» — изделия продаются с большим успехом, причем как авторская коллекция, так и серийная. Вернее будет сказать, мы представили на суд покупателей коллекции от кутюр и прет-а-порте. Если говорить о коммерческом успехе, то хочу отметить, что обе коллекции пользовались популярностью. Хотя, честно говоря, я опасался этого соседства и долгое время не решался заняться выпуском мелкосерийных коллекций. Мне казалось, что поклонники нашей марки «Борис Колесников» будут смущены, увидев рядом с авторскими, довольно дорогими работами, недорогие украшения... И все-таки настало время для выпуска бюджетной коллекции от Колесниковых... Мы, другими словами, пошли по пути Тиффани и Картье — наши мелкосерийные работы выполнены качественно, на них тоже стоит наше имя — Борис и Юлия Колесниковы. Единственное различие — применение бюджетных материалов, например, вместо бриллиантов мы ставим в мелкосерийное украшение фианиты.

Авторские работы — это предметы, сделанные нашими руками в единичном экземпляре. В этом секторе рынка нас хорошо знают, есть поклонни-



*Арт-студия  
«Колесников»  
Кольцо из  
«Arti collection»*

ки наших произведений, которые с интересом ждут наши новинки, собирают собственные коллекции украшений от ювелиров Колесниковых. А вот мелкосерийная серия — наш, с уверенностью говорю, успешный эксперимент. Как правило, украшения из этой серии повторяют дизайн уровня нашей основной линии, только не несут в себе никаких дорогих камней. Оказалось, что эта ниша практически свободна. Дело в том, что в нашей стране уже сформировался определенный класс общества, который чувствует необходимость не просто украшать себя роскошными или гламурными драгоценностями, они хотят выйти за рамки традиционных клише, с помощью украшений в том числе, выражать себя, объясняться с миром. Именно для них мы работаем. По сути, все наши украшения — авторские. За ними стоит наш талант, идеи, вкус, опыт, характер, мировоззрение, наконец.

И главный итог выставки в Сокольниках помимо коммерческого успеха состоит в том, что развеемо опасение, что эксклюзивная и мелкосерийная коллекции будут идти вразрез друг другу.

Мы, ювелиры, точно так же, как и художники, говорим своей работой о том, что для нас важно, что нас интересует в данный момент, просто к этому еще добавляется утилитарная функция: украшение делают для того, чтобы его носили. На выставке мы увидели, как много людей хотят не просто украсить, но и выразить себя, выработать свой стиль. И когда они находят нас, то становятся нашими покупателями. Я твердо знаю, что есть люди, которым нужно именно то, что мы производим.

Помимо собственно выставочной программы для руководителей ювелирных компаний «Международным Бизнес-центром «6 карат» была предложена программа семинаров и мастер-классов. Сегодня ювелирным компаниям необходимо быстро реагировать на изменение рыночной ситуации, чтобы оставаться в ней конкурентоспособными, развиваться и получать максимальную прибыль. На предложенных семинарах специалисты могли провести диагностику собственного бизнеса, создать и внедрить стандарты работы сотрудников, структурировать свои знания по управлению компанией и получить представление о современном уровне категорийного менеджмента.

Следующая выставка «Ювелир-3» пройдет с 3 по 11 декабря в Экоцентре «Сокольники».







МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ  
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

# Ювелир-3

3-13 декабря 2011 года



КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»

организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»  
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204  
<http://www.rosyuvelirexpo.ru>



МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ  
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

# Ювелир-Весна

26 февраля – 9 марта 2012 года

КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»

организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»  
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204  
<http://www.rosyuvelirexpo.ru>



МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ  
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

# Ювелир-2

14 – 23 мая 2012 года



реклама

КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»

организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»  
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204  
<http://www.rosyuvelirexpo.ru>



МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ  
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

# Ювелир-2012

3 – 9 сентября 2012 года

КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»

организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»  
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204  
<http://www.rosyuvelirexpo.ru>



# Перспективы развития рынка

С 17 по 21 сентября в двух павильонах ВВЦ более 700 российских и зарубежных ювелирных компаний представили свою продукцию. ВО «РЕСТЭК» в этом году инициировала еще одно мероприятие в рамках выставки: на втором этаже павильона № 75 прошел Российский специализированный часовой салон «JUNWEX Watch».



**Выставка в цифрах:**  
**Число участников 709**  
**Число посетителей 38 306**  
**Число специалистов 17 825**

Такое соседство стало ответом на новый бизнес-тренд — специалисты обоих рынков в условиях падения спроса заинтересованы в увеличении бизнеса за счет новой ассортиментной линейки. Взаимный интерес ювелиров с часовщиками дал толчок новому партнерству, что, пожалуй, явилось самым важным в сентябрьских событиях. Успешно выполнив главную цель — способствовать заключению оптовых договоров на поставку необходимого ассортимента ювелирной и часовой продукции в преддверии Нового года, планирования загрузки предприятий на очередной 2012 год, выставка показала, что произошла дифференциация в предпочтениях покупателей: покупки дорогих украшений и часов выросли значительно, массовый ювелирный ассортимент самого низкого ценового диапазона приобретает в больших объемах, а вот спрос на украшения в среднем ценовом диапазоне упал. Резкий рост цены на золото привел к тому, что драгоценные камни по сравнению с ним внезапно стали более доступны, в результате чего в ювелирных изделиях стали ставить в центр внимания вставки из камней. Чтобы удержать цены, многие предприятия приступили к выпуску коллекций с использованием меньшего количества золота, применением золота подзабытой уже пробы 375, а также с использованием большего количества цветных камней в одном изделии. Несмотря на трудности, которые переживает отрасль в данный момент, «JUNWEX Москва» и Российский часовой салон стали убедительным примером наличия реально существующей индустрии в стране, которая, к сожалению, до сих пор не воспринимается правительством в качестве дополнительной составляющей российского ВВП.



# Предновогодние ювелирные выставки

формата cash&carry

ДОПОСТАВКА ТОВАРА В ПРЕДДВЕРИИ  
СЕЗОННЫХ ПИКОВ ПРОДАЖ

[www.junwex.com](http://www.junwex.com)

ЕКАТЕРИНБУРГ

17–20 НОЯБРЯ 2011

**JUNWEX**  
ЕКАТЕРИНБУРГ

ЕКАТЕРИНБУРГ,  
ЦМТ АТРИУМ  
ПАЛАС ОТЕЛЬ

МОСКВА

30 НОЯБРЯ –  
4 ДЕКАБРЯ 2011

*Лучшие Украшения  
России*

МОСКВА, ВВЦ,  
ПАВИЛЬОН 75

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

14–18 ДЕКАБРЯ 2011

*Лучшие Украшения  
России*

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ,  
ЦВЗ «МАНЕЖ»



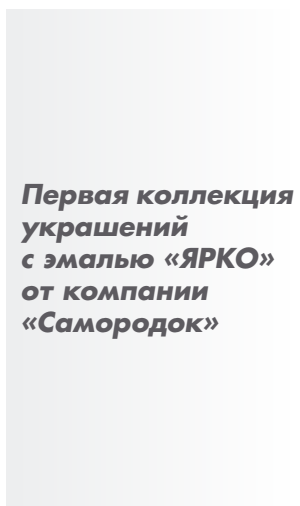
На сегодняшний день сентябрьская выставка на ВВЦ является эффективной площадкой для участников с коммерческой точки зрения. Причем как для производственных предприятий, так и специалистов отраслевой торговли, для компаний, работающих в области ювелирных технологий, оборудования, упаковки, программного обеспечения... Именно здесь проходят презентации новых коллекций, модные randevu... Так, на выставке ювелирная компания «Адамас» и писательница Лена Ленина представили публике «самое золотое платье» в мире. К началу праздника на платье из парчи от дизайнеров модного дома YanaStasia уже было нашито более четырех килограммов чистого золота в виде цепей, которыми так славится «Адамас». К концу вечера ювелиры украсили платье более чем десятью килограммами массивного золота. Звездные друзья писательницы, среди которых были как завсегдатаи модных вечеринок Стас Садальский, Бари Алибасов, Игорь Николаев, так и очень редкие посетители светских мероприятий, как, например, Армен Борисович Джигарханян, тоже испытали на себе золотой дождь. А именинник Костя Цзю решил отпраздновать свой день рождения с ленинскими приятелями.

...А компания «Самородок» в преддверии осеннего сезона запустила новую линию производства серебряных украшений с эмалью, презентацию которой

провела на выставке «JUNWEX Москва 2011». Вот что рассказала нам о новой коллекции Ольга Короткевич, менеджер по продажам и внешнеэкономической деятельности компании:

— К презентации первой коллекции украшений с эмалью «ЯРКО» компания готовилась на протяжении всего года. Работа с эмалью по праву считается одной из самых сложных техник в мире ювелирного искусства. Она требует особой усидчивости, длительной учебы, незаурядной фантазии и художественного образования.

Мы прежде не занимались производством изделий с эмалью, хотя давно задумывались об этом. Ведь мир не стоит на месте, в нем появляются новые возможности, нужно двигаться дальше. И если думать о том, что «не стоит это делать потому, что не делали этого раньше и у нас нет опыта», то вы совершенно точно окажетесь в числе отстающих. Наша коллекция «ЯРКО» рассчитана на современного, обладающего стилем и тонким вкусом покупателя. Ее концепция основана на идее использования в украшении родированного серебра и ювелирной эмали, позволяющей производить уникальные и яркие украшения. Главный мотив коллекции — яркость и индивидуальность, которые подчеркиваются замысловатыми узорами с оригинальными цветовыми решениями. Украшения выполнены в техниках пергородчатой и выемчатой горячей и холодной эмали. На







®  
**ПЕТРОЗОЛОТО**

выставке «JUNWEX Москва 2011» посетители нашего стенда ознакомились с первыми работами дизайнеров из коллекции «ЯРКО». Изделия были представлены в единичном экземпляре неслучайно, так как прежде чем понять целесообразность массового производства украшений с эмалью и представить еще более интересную и разнообразную коллекцию, нам необходимо было понять реакцию покупателя на новое направление. Позитивный настрой постоянных клиентов компании на демонстрацию первых работ коллекции «ЯРКО» приятно удивил, покупатели отнеслись к новой коллекции с большой заинтересованностью. Теперь мы совершенно уверены в том, что коллекция обязательно найдет своих поклонников.

Выставка «JUNWEX Москва» стала убедительным доказательством высокого потенциала отрасли и оптимистической готовности к росту. Впечатляющий специализированный технологический раздел «JUNWEX Tech» представил стопроцентное предложение товаров и услуг для ювелирной промышленности. В нем приняли участие практически все значимые предприятия отрасли: «Сапфир», «Клио», «Рута», «Лассо», «Юмо», «Ювин» и другие.

На «JUNWEX Watch» свои коллекции представили производители и поставщики часов: OPTIM, Romanoff, TBN Time, Time&Technologies, «Анлина», «Интер-Час», «НИКА», «Полет», «Полет-Элита», «Рус-тайм», «Слим Групп», «Стиль-Тайм», «Хронолюкс», «Макситайм» и другие.

Новый специализированный раздел часов, позиционировавшийся в качестве самостоятельной выставки «JUNWEX Watch», продемонстрировал новые предложения отечественных часов владельцам специализированных магазинов и крупным ювелирным сетям, тяготеющим к расширению товарной линейки за счет часов премиум-класса, познакомил потребителей с топ-марками зарубежных часов, ранее не представленных в России.

Исторически сложилось, что первый день работы выставки являлся Днем костромских ювелиров. За ним последовали День екатеринбургский ювелиров, День ювелиров Республики Саха (Якутия) и День калининградских мастеров янтаря. Ювелирная общественность продолжает объединять силы, что, безусловно, радует.

Всероссийский конкурс ювелиров «Лучшие украшения России» — это яркий и многогранный калейдоскоп драгоценных коллекций от утонченной классики и элегантной роскоши до модерна и авангарда. Избранные произведения ювелирного искусства получили заслуженное признание авторитетного жюри и почетные награды. Вся атмосфера сентябрьского выставочного события демонстрировала стремление участников ювелирно-часового рынка не терять оптимизм и достойно держаться в бурном море неустойчивой мировой экономики.

*Благодарим ФотоДизайнСтудию Александра Шабельникова за предоставленные фотоматериалы*



реклама

ООО «Петрозолото»  
195009, г. Санкт-Петербург, ул. Михайлова д.11  
тел/факс (812)600-05-85  
e-mail: Petrozoloto@list.ru; inbox@petrozoloto.ru  
www.petrozoloto.ru





1 место в номинации «Путешествие во времени».  
Коллекция «Сердце Африки», ювелирная фабрика «КАРАТ»

# Лучшие украшения России

1 место в номинации «Коллекция Сезона».  
Коллекция «Эволюция», ювелирный холдинг «РИНО» – ЗАО «ПКФ «Арктик»





1 место в номинации «Коллекция Сезона».  
Коллекция «Твист», компания «РИФЕСТ-ХОЛДИНГ»





2 место в номинации «Лучшая коллекция массового производства».  
Коллекция «Анимация», компания «Ювелиры Урала»



1 место в номинации «Кольцо».  
Кольца «Ядовитый сон», «Бессонница», «Секрет первой капли»  
Торговый Дом «Эстет»



1 место в номинации «Природные мотивы».  
Браслет «Солнечный лед», компания «Ювелиры Урала»



2 место в номинации «Этнические мотивы».  
Игритюр «Туймаада», компания «САХА МАС»





2 место в номинации «Лучшая коллекция массового производства».  
Коллекция «Arti collection», Арт – студия «Колесников»



1 место в номинации «Современные тенденции».  
Кольцо «Болеро», компания «ЗАВОД «КАСТ»



2 место в номинации «Ювелирные образы России».  
Серия «Русская красавица», компания «Уран Саха»



# КАСТ

## Санкт-Петербургский ювелирный завод



реклама

194044

Санкт-Петербург

Зеленков пер., д. 7А

тел.: (812) 777-03-70

факс: (812) 777-03-71

e-mail: [kast.ltd@mail.ru](mailto:kast.ltd@mail.ru)

[www.kast-jewellery.ru](http://www.kast-jewellery.ru)



1 место в номинации «Лучшая коллекция массового производства».  
Коллекция Romanoff, часовая компания ROMANOFF



1 место в номинации «Ювелирный подарок».  
мастер-браслет «Время роскоши», ювелирный Дом «Зинча»,  
компания «СТЕЛЛА-ЭКСКЛЮЗИВ»



1 место в номинации «Момент престижа».  
Коллекция часов-скелетонов Statius и коллекция часов Nitrode,  
часовой завод НЛКА







## КРАСЦВЕТМЕТ

Ведущий производитель  
ювелирных украшений из сплавов  
золота, платины и палладия

# ЭЛЕМЕНТ ВАШЕЙ ПОБЕДЫ

Открытое акционерное общество  
«Красноярский завод цветных  
металлов им. В. Н. Гулидова»  
Российская Федерация,  
660027, г. Красноярск,  
Транспортный проезд, дом 1,  
тел.: (391) 264-20-33, 259-32-63,  
факс: (391) 262-94-80  
e-mail: orc@knfmp.ru  
www.krastsvetmet.ru

### Филиал ОАО «Красцветмет» в Москве:

Российская Федерация,  
119017, г. Москва,  
ул. Большая Ордынка, дом 54,  
строение 2, офис 102.  
тел. (495) 783-04-40, 580-97-98, 783-04-43  
e-mail: rmf@ncport.ru

### ДИЛЕРЫ:

#### Москва

ООО «Торговый дом  
«Камея Со»»  
тел. (495) 744-03-07  
ООО «Русская  
платиновая компания»  
тел. (495) 783-52-20,  
517-74-46

ЗАО «Эльтон»  
тел. (495) 225-92-55,  
225-92-50,  
факс 225-92-51,  
www.eltan-zoloto.ru

Ювелирная Компания  
«Национальное Достояние»  
Тел. (495) 287-4740,  
факс (495) 287-47-39,  
www.nd-gold.ru

ООО «Бест Ювелир»  
Тел. (495) 788-54-07,  
факс 788-54-08,  
www.best-jew.ru,  
www.bestgold.ru

#### Санкт-Петербург

ООО «Ювелиры  
Северной Столицы»  
тел. (812) 346-67-25,  
факс 449-57-09  
www.uss-spb.ru

#### Новосибирск

ООО «Компания ИФК»  
тел. (383) 351-53-34,  
355-86-50, 355-80-95

#### Екатеринбург

ИП Ляной Александр  
Вадимович  
тел. (343) 212-40-66

ООО «Ювелир-опт»  
тел./ф. (343) 379-99-92,  
www.j-opt.ru

#### Хабаровск

ИП Шевелев Евгений  
Климентьевич  
тел. (4212) 45-40-75,  
23-75-65, 8-909-804-63-41

#### Красноярск

ООО ТПК «Русское золото»

тел. (391) 211-02-09,  
211-02-10

#### Улан-Удэ

ЗАО ТПК «Сапфир-Ювелир»  
тел. (3012) 29-77-83,  
29-77-81

#### Кострома

ЦЕПИЦЕНТР (ООО «Торговый  
дом «Золотая линия»»)  
тел. (4942) 37-17-22, 31-89-81,  
www.ЦЕПИЦЕНТР.рф

#### Ростов-на-Дону

ООО «Торговый дом  
«Дондрагмет»»  
тел. (86354) 5-10-12

#### Волгоград

ИП Назарова Ольга  
Витальевна  
тел./факс (8442) 489-522

#### Благовещенск

ИП Симоненко Ольга  
Филипповна  
тел. (4162) 52-48-09,  
факс. 490-782

### ОФИЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДСТАВИТЕЛИ:

#### Украина

ООО «Центрумикс Трейд»  
тел. (38044) 206-36-65, 206-36-  
66, факс 206-36-63,

#### Республика Казахстан

ТОО «Ювелирная компания  
«Алтын Уй»»  
тел. (727) 379-67-87,  
факс 258-22-80

ТОО «РУССКИЙ ЮВЕЛИР»  
тел. (727) 272-60-82, факс  
(727) 272-60-83  
www.rusjeweller.kz

#### Республика Беларусь

ИООО «ЗИКО»  
тел. (37517) 281-65-65,  
факс (37517) 280-23-35,  
www.ziko.by



# Презентация от компании НИКА:

## НОВЫЕ КОЛЛЕКЦИИ ЧАСОВ СО SWAROVSKI ZIRCONIA

20 сентября в рамках крупнейшей российской ювелирной выставки «JUNWEH Москва 2011» на специальной пресс-конференции учредители группы компаний НИКА Алексей Богданов и Тенгиз Саникидзе представили коллекции женских серебряных часов FIREBIRD и IMPERIO с фианитами SWAROVSKI ZIRCONIA.



*В оформлении статьи использованы  
эскизы костюмов Льва Бакста для  
«Русского балета» Сергея Дягилева*





Новая линейка часов НИКА made with SWAROVSKI ZIRCONIA создана в соответствии с новейшими трендами ювелирной и часовой моды. Страсть, игру цвета и изящество форм FIREBIRD дополняет холодный ослепительный блеск и изысканная архитектурность линий IMPERIO. Стильный европейский дизайн подчеркнут ослепительным блеском ювелирных камней, рождая баланс формы и содержания.

Благодаря применению SWAROVSKI GEMS высочайших стандартов бриллиантовой огранки Pure Brilliance к фианиту (или цирконию — от англ. cubic zirconia) камни для инкрустаций в коллекциях FIREBIRD и IMPERIO отличаются особой многогранностью сияния. А за счет использования надежных часовых механизмов швейцарского происхождения, уникальной запатентованной капсульной технологии и минерального стекла с сапфировым напылением достигается эталон надежности и точности.

В новых коллекциях мастера компании НИКА воплотили свое современное видение легендарных балетных сезонов Сергея Дягилева, еще раз доказав, что «русская тема», многие годы вдохновляющая модных дизайнеров, может быть не только «лубочно-пряничной», но и выразительной, экстравагантной и фееричной, такой, какой она предстала столетие назад зрителям легендарных «Русских сезонов». Благодаря жизненной силе и экспрессии, присущей русской душе, элегантность и утонченный европейский дизайн часов FIREBIRD и IMPERIO получили новое содержание.

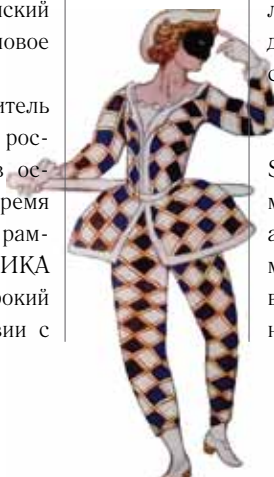
Как отметил в своем выступлении учредитель группы компаний НИКА Алексей Богданов, российский рынок ювелирных часов наполнен в основном моделями классического стиля, в то время как потребности покупателей давно вышли за рамки привычных стандартов. «Мы в компании НИКА стремимся представить своим клиентам широкий ассортимент изделий, созданных в соответствии с

новейшими модными трендами, — пояснил Алексей Богданов. — Коллекции часов НИКА made with SWAROVSKI ZIRCONIA стали результатом нашей работы в этом направлении».

«Выход линейки часов НИКА made with SWAROVSKI ZIRCONIA для нас — прекрасное многообещающее сотрудничество с одним из самых ярких игроков мирового ювелирного рынка, — сказал учредитель группы компаний НИКА Тенгиз Саникидзе. — SWAROVSKI GEMS не только производит высококачественные ювелирные камни, аналога которым нет на рынке, но и является одной из немногих компаний, поставляющих сырье, которая занимается и заинтересована в совместном продвижении брендов».

Австрийская сторона на пресс-конференции была представлена руководителем PR-отдела Swarovski Gems Вереной Дэрганк (Австрия), а также представителем Swarovski Gems на территории России и СНГ Ксенией Манаевой. «Мы в SWAROVSKI GEMS очень гордимся запуском коллекций IMPERIO и FIREBIRD, созданных компанией НИКА с использованием SWAROVSKI ZIRCONIA. Это первый брендовый проект с часовой компанией в России, и для нас огромная честь работать вместе с лидером российского рынка ювелирных часов, — заявила Верена Дэрганк. Коллекции FIREBIRD и IMPERIO, с одной стороны, поддерживают русские культурные традиции, предлагая вспомнить успехи русского балета и богатое наследие императорской России, с другой стороны, прекрасно отражают европейский стиль в моде».

Коллекции серебряных часов НИКА made with SWAROVSKI ZIRCONIA будут представлены в фирменных монобрендовых салонах ювелирных часов и аксессуаров НИКА в Москве, а также в ювелирных магазинах партнеров компании по всей России. В зависимости от модели цена будет составлять примерно 20 тыс. рублей в розничной продаже.



# Традиции на все времена



Обручальные кольца представлены  
ОАО «Ювелирторг»

Обручальное кольцо. Пожалуй, выбор именно этого неизменного свадебного атрибута вызывает у молодоженов наибольшие затруднения. Еще бы: ассортимент магазинов способен вызвать легкую панику — так много красивых колец в самых разных стилях представлено на витринах. А ведь есть еще возможность заказать кольца по каталогам ювелирных компаний или вовсе сделать кольцо на заказ по собственному эскизу.

Чтобы не потеряться в этом многообразии выбора, стоит примериться к европейскому опыту, ведь там будущей невесте до свадьбы преподносится не одно и даже не два кольца! Можно рассматривать такой калейдоскоп подарков как методику проб и ошибок — постепенно подбирая кольца, к дате самой свадьбы можно будет уже точно определиться с идеальным выбором.

Итак, романтические отношения между людьми начинаются с упоительного флирта, и этот период вполне может быть отмечен некоей «декларацией о намерениях» — специальным Flirt ring. Преподнесенное вместо традиционных конфет кольцо недвусмысленно покажет, что отношениям пора переходить в новую фазу. Впрочем, наличие кольца не отменяет необходимости дарить цветы и баловать возлюбленную другими подарками.

Если пара начинает задумываться о более серьезных отношениях, то наступает пора Promise ring, смысл которого в обещании когда-нибудь подарить вместо этого кольца другое — помолвочное. Это почти что предложение руки и сердца, и обычно радости девушек, получивших такое кольцо, нет предела. Отравляет счастье лишь одна деталь — фраза «когда-нибудь».





Впрочем, если любовная лодка благополучно пройдет все испытания, то время помолвочного кольца придет непременно. Помолвочное кольцо может быть каким угодно, но существует классика жанра, от которой, пожалуй, не стоит отходить, — кольцо с одиноким крупным бриллиантом. Этот хит не теряет популярности уже более полувека. Выбор помолвочного кольца накладывает на дарителя особую ответственность: оно должно сочетаться с будущим обручальным кольцом, ведь по традиции помолвочное и обручальное кольца носят вместе, на одном пальце.

Так что помолвочное кольцо во всех смыслах подбирается с прицелом на будущее.

Впрочем, с выбором обручальных колец будет немного легче, ведь покупать их молодожены, как правило, отправляются вместе, тогда как все «предварительные» полагается преподнести любимой в качестве давно ожидаемого сюрприза.

## ПРОЧНЫЕ УЗЫ

Традиция обмениваться кольцами пришла к нам из глубокой древности. Уже в Древнем Египте влюбленные по традиции дарили друг другу кольца в знак долгой любви.

Круг, а вместе с ним и кольцо — фигура, не имеющая начала и окончания, и они считались символами вечности и неизменности. Египтяне надевали кольцо на средний палец левой руки: считалось, что именно через этот палец идет энергетический канал прямо к сердцу.

С тех давних времен и до наших дней кольцо из благородного металла символизирует серьезные, искренние желания двух людей принадлежать друг другу всю жизнь. А еще обмен кольцами — это и определенное финансовое обязательство, которое скрепляет брак лучше любых красивых слов.

Древние римляне разнообразили ритуал: жених дарил будущей невесте «помолвочное» кольцо из железа, которое после свадьбы заменялось на кольцо из золота.

В Средние века традиция обмена кольцами была под запретом, ведь церковь старалась вытравить все

воспоминания о «греховной» Античности. Однако слишком уж велика была тяга людей к символическому обозначению своего стремления к вечному союзу двух сердец. Поэтому даже суровые патриархи церкви сдались: в IX веке Папа Римский Николай разрешил христианам обмениваться обручальными кольцами.

А на Руси давний обычай не прерывался. Правда, имел свой национальный колорит. Еще в XV веке бытовала такая традиция: жених надевал невесте кольцо из золота, а невеста жениху — из железа. Золото — символ женственности, плодородия, железо — символ надежности, мужественности и силы. Именно такой союз, по мнению славян, считался наиболее гармоничным.

К счастью, мы, современные люди, уже ничем не ограничены в выборе обручальных колец, сегодня ни общество, ни мода не диктуют нам, какой именно фасон колец выбирать.

Однако у этого безусловного преимущества есть один минус — в море предложений нелегко разобраться и выбрать действительно то, что нужно.

Выбор обручального кольца весьма ответственная миссия, ведь оно должно не просто нравиться вам сейчас, но и оставаться привлекательным и модным еще долгие годы.

Может быть, поэтому многие пары отдают предпочтение проверенным классическим моделям — пусть не так оригинально, зато есть уверенность, что такое кольцо не разочаруется через год и не будет портить облик женщины своей однозначной старомодностью.

Впрочем, даже в таком случае простор для оригинальности есть, и немалый: можно выбрать кольцо, изготовленное не из золота, а из все более популярной платины или палладия.

Можно украсить абсолютно традиционное кольцо необычной гравировкой, пусть даже с внутренней стороны.

Наконец, можно отдать предпочтение не классическим белым бриллиантам, а цветным: сегодня как никогда популярны помолвочные кольца с бриллиантами цвета «шампань», а также желтых, розовых или голубых оттенков.

Некоторые так увлекаются игрой в классику, что вообще выбирают винтажные или сделанные «под старину» кольца. Зато другие напрочь отвергают любые стандарты и ищут для себя необычные сочетания и экстравагантный дизайн.

Именно для таких взыскательных клиентов появились кольца из комбинированных металлов или нескольких цветов золота, перекрученные кольца и кольца с вращающейся серединой, разнообразные трансформеры, кольца с кельтскими мотивами и этническими элементами.

Остается только слушать свое сердце и выбирать кольцо, которое действительно захочется носить, не снимая, всю жизнь.

*Выражаем благодарность редакции газеты «Ювелирторг News» за помощь в подготовке материала*



# Обручальные кольца для взыскательных молодоженов



Генеральный директор производственной компании «Примоса-Дизайн» Александр Горностаев

Помимо этого мастера фирмы изготавливают и традиционные гладкие обручальные кольца, с алмазной обработкой поверхности и матированные. А начиналось все с выпуска обручальных колец по лицензии чешской фирмы PRIMOSSA, лидера в производстве этой продукции в странах Западной Европы. Чешский дизайн пришелся по душе российским покупателям, компания стала расширять ассортимент, учитывая свадебные традиции и вкусы россиян.

О том, как обстоят дела в производственной нише обручальных колец, поделился мнением генеральный директор производственной компании «Примоса-Дизайн» Александр Горностаев.

## О ПРЕДПОЧТЕНИЯХ ПОКУПАТЕЛЕЙ

По данным Росстата, число браков с 2008 года в стране растет. Вероятно, люди начинают успокаиваться после кризиса, и жизнь вновь входит в привычное русло. Это подтверждают и наши продажи: по сравнению с прошлым годом увеличились продажи более дорогих колец — двухсплавных и обручальных колец с бриллиантами. Точнее, эта тенденция была характерна для первой половины года — в августе и сентябре в связи с резким подорожанием золота оптовый покупатель вновь вернулся к закупкам более дешевых колец. В основном это классические обручальные кольца и кольца с алмазной гравиров-

Производство обручальных колец — достаточно узкий сегмент ювелирного рынка, и компаний-производителей в России не так много. В сегменте гладких и отчасти с алмазной гранью классических обручальных колец лидирующие позиции занимают компании «Камея», «Александрит», «Высшая Проба». В люксовом сегменте работает компания Tiamo. В сегменте двухсплавных обручальных колец признанный лидер — компания «Примоса-Дизайн».

Сейчас главное — вес кольца. Это объяснимо — хочется подстраховаться и пережить новые неспокойные времена. Ведь розничный покупатель должен психологически привыкнуть к новым ценам. Так, если раньше нашу двухсплавную классику можно было приобрести за 10–12 000 рублей (напомню, мы говорим исключительно об оптовых закупках), то теперь эта же пара колец обойдется в 20 000 рублей. Ощутимая разница. А с учетом розничной наценки можно предположить, что не каждая пара молодоженов может себе позволить такие траты. Поэтому сейчас хитами продаж являются кольца весом 2 грамма с алмашной обработкой. И все-таки свадьба — это особое событие в жизни человека, и обручальное кольцо, безусловно, одно из самых важных и незаменимых атрибутов торжества. И потому будущие молодожены стараются подобрать такие кольца, которые будут сопровождать человека всю его жизнь. Вы встречали молодоженов, которые думают иначе? Нет, конечно же. Возможно, поэтому одни из самых модных в настоящее время колец — обручальные кольца с бриллиантом. Этот камень даже спустя много лет будет выглядеть современно и подчеркивать стиль владельца, напоминая своей прозрачностью о чистоте их любви друг к другу. Именно поэтому весной этого года мы запустили новую коллекцию «Невские брызги». Кольца жениха и невесты должны составлять пару. Это не значит, что они должны быть «близнецами». Но важно, чтобы они сочетались по стилю и декору. В нашей коллекции мы воплощаем именно эту концепцию:

кольцо для невесты усыпано бриллиантами, а для жениха изготавливаем кольцо без камней. Эта коллекция пользуется большим успехом, ее и сейчас регулярно заказывают.

## О ДИЗАЙНЕ

Есть ли потребность в новом дизайне? Меняется ли он со временем? Да, конечно. Вот, к примеру, как изменились предпочтения покупателей в течение трех лет на нашу двухсплавную модель. Три года назад мы выпустили очень популярное тогда кольцо: три цвета золота, алмазная грань в сочетании с матированием — в общем, воплотили в одном кольце все мечты... Повторюсь, тогда это был хит сезона, а сейчас его практически не покупают. Сегодня предпочтение отдают более строгим моделям — не обычным, а скорее нестандартным: например, с удовольствием приобретают асимметричные кольца, строгие матированные из комбинации белого и желтого золота. Или другая наша популярная модель — три цвета золота с плавным переходом одного в другое. Другими словами, сейчас популярна строгость и лаконичность. Правда, отмечу, что это характерно в первую очередь для столичных регионов — Москвы и Петербурга, а дальше эта тенденция будет распространяться с лагом в один-два года.

Если перевести предпочтения покупателей в цифры, то увидим следующее: в прошлом году большую часть продаж компании (50%) составили двухсплавные кольца, на втором месте (30%) классика, а оставшиеся 20% приходятся на обручальные кольца с алмашной гранью.



#### Москва

Россия, 115419  
Москва  
ул. Орджоникидзе  
д.11, стр.1/2Е  
телефон  
+7 (495) 730 00 46  
факс  
+7 (495) 730 30 36  
e-mail:  
sales@rusgems.ru

#### Санкт-Петербург

ООО "Балтийские  
Самоцветы"  
Россия, 197022  
Санкт-Петербург  
ПС. Большой проспект  
д.100, офис 623  
телефон / факс  
+7 (812) 335 55 69  
e-mail:  
sales@rusgems.spb.ru

#### Кострома

ООО "Рубин"  
Россия, 156005  
Кострома  
ул. Советская  
д.69, пом.2  
телефон  
+7 (4942) 47 15 12  
факс  
+7 (4942) 47 15 32  
e-mail:  
kostroma@rusgems.ru

[www.rusgems.ru](http://www.rusgems.ru)

# ЦВЕТНЫЕ КАМНИ

## ВСЕХ ОТТЕНКОВ ВИДИМОГО СПЕКТРА



  
Более чем достаточно!

Драгоценные  
и полудрагоценные  
камни  
Жемчуг морской  
и пресноводный  
Синтетические камни  
и фианиты "Dallos"  
Камнесамоцветное  
сырье

# Снижение брака клеймения

Компания "Неолитпром" предлагает:

## • Инверсный именник

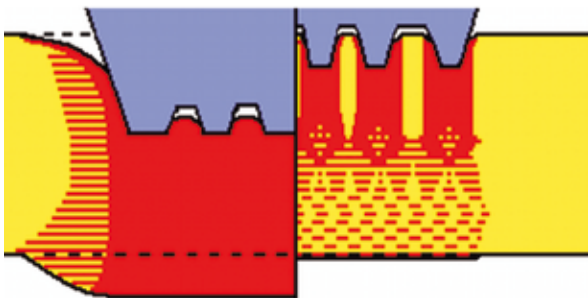
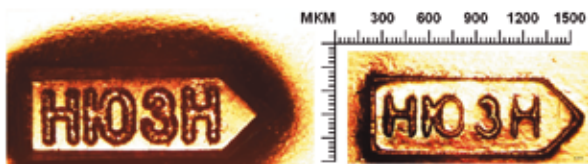
Базовый вариант, производится с 1995 г.  
Символы оттиска выступающие,  
контур выполнен вдавливанием площадки.  
Габариты от 0.4x1.2 мм  
Стойкий, дешевый, рекомендован ДВГИПН.  
1890 р. с доставкой по России, пожизненная  
гарантия, пластины с оттисками.

## • Именник прямого действия

Новая разработка, производится с 2009 г.  
"Вырезной" оттиск - символы и контур оттиска  
вдавлены.  
Габариты от 0.4x1.2 мм  
Поверхность изделия изменяется локально —  
только площадь символов  
(т. е. почти не деформируется).  
3780 р. с доставкой по России, пожизненная  
гарантия, пластины с оттисками.

По сравнению с базовым вариантом:

- до 10 раз снижено усилие клеймения;
- оттиск только на глубину символов;
- щадящее клеймение проволоки;
- клеймение тонких лепестков от 0.05 мм;
- без продавливания контура и "воронки";
- без смятия поверхности между символами;
- снижен в 3-4 раза след на опорной  
поверхности изделия.



Рисунки:  
Макро- и микросъемка оттисков именников  
инверсного (слева) и прямого действия;

Деформация изделия при клеймении разным инструментом:  
красным показана зона текучей деформации материала.

Фото: Meiji Techno MT8530, CAMV1400C, Thixomet Pro  
Снимки оттисков приведены с разрешения ООО «Ларец»

## • Другие штампы и оснастка

[www.neolitprom.ru](http://www.neolitprom.ru) [info@neolitprom.ru](mailto:info@neolitprom.ru)

690062, г. Владивосток, а/я 96

Бобошко Сергей Владимирович

+7 914 7386574 (в будни 10 - 17, мск + 7 ч.)

реклама

## КАК СОЗДАЮТСЯ НОВЫЕ КОЛЛЕКЦИИ

У нас нет собственной дизайн-студии, а новые модели разрабатываются совместно коммерческим и производственным отделами. Зимой у всех производителей обручальных колец наступает некоторое затишье — высокий сезон прошел, производство работает на склад. Это время мы и используем для творчества: устраиваем мозговой штурм, разрабатываем новые модели, модифицируем, усложняем или, напротив, упрощаем их... К февральской выставке у нас практически готовы образцы новой коллекции из 10—15 моделей. На «JUNWEX» мы тестируем их на покупателей — если на них обращают внимание, то запускаем в серию, если же нет, то дорабатываем, учитывая существующий спрос.

## ДОЖДЬ ИЛИ СНЕГ В ДЕНЬ СВАДЬБЫ — К СЧАСТЬЮ, ИЛИ О СВАДЕБНЫХ ПРИМЕТАХ

Рынок обручальных колец, без сомнения, самое стабильное направление в ювелирном бизнесе — люди женятся несмотря ни на что. Но есть в нем и свои подводные камни.

Какие-то вещи очевидны: чем выше благосостояние людей, чем благополучнее жизнь, тем больше свадеб и, соответственно, тем лучше чувствуют себя производители и продавцы обручальных колец. Но это та область, в которой мы ничего изменить не можем — повлиять на экономическую политику страны ювелиры не в состоянии. Теперь о «подводных камнях»: при прогнозировании спроса нам приходится учитывать массу факторов, таких как народные приметы и поверья, как ни странно это прозвучит. В апреле у нас стабильно падают продажи из-за свадебной приметы, что, выйдя замуж в мае, «всю жизнь будешь маяться». Или вот еще бытует мнение, что високосный год является очень неудачным для каких-либо дел, начинаний, и в частности для вступления в брак, и это тоже дает небольшой спад в продажах. «Горячий сезон» для оптовых продаж длится с апреля по сентябрь, так как свадебные союзы в нашей стране заключаются в основном с июня по октябрь. А в ноябре и декабре наступает время предпраздничных трат, время подарков, к коим обручальные кольца не относятся. Но в канун новогодних праздников очень многие открывают новые салоны, и именно они в этот период становятся нашими основными клиентами — ведь в каждом магазине непременно есть отдел обручальных колец.

## О ДНЕ ГЯДУЩЕМ

До недавнего времени у нас была устоявшаяся модель работы и ввода новых коллекций в производство. Но для каждой компании наступает момент качественного рывка вперед, настал он и для нас. Для того чтобы в полной мере реализовать потенциал компании, мы запускаем новое производство. На данный момент мы способны продать гораздо больше, чем способны произвести. Новое производство позволит нам значительно расширить ассортимент и количество выпускаемых изделий. Мы заключили договор с маркетинговым агентством, которое проводит для нас исследования емкости рынка в нашей сфере. Для увеличения продаж в зимний период мы запустили акцию для оптовых покупателей «Ноутбук в подарок за обещания!». Для тех, кто обещает сделать заказ на нашу продукцию в ноябре и декабре, а затем подтверждает этот заказ, мы приготовили подарки — ноутбук. Согласитесь, приятный подарок к празднику!





ВСЕ

Необходимые

камни

находятся у нас.

Если они действительно

вам нужны, то

вы должны

нам позвонить.

ТЕЛЕФОН/ФАКС: +7 495 778 32 74  
Е-ПОЧТА: INFO@GEMSBRIDGE.RU  
ВЕБСАЙТ: W3.GEMSBRIDGE.RU

АДРЕС: РОССИЯ, МОСКВА, 111250,  
ПРОЕЗД СЕРПА И МОЛОТА, ДОМ 6,  
БИЗНЕС ЦЕНТР «РОСТЭК», ОФИС 7

  
GEMS  
BRIDGE

# Торжество обручального кольца



На вопросы нашего корреспондента отвечает Игнат Галкин, директор по маркетингу ювелирной компании «Каменя».

**Игнат, Ваша компания является одной из ведущих производителей обручальных колец в России в сегменте масс-маркета. Расскажите, пожалуйста, о том, как обстоят дела с продажей обручальных колец в свадебном сезоне этого года, есть ли изменения по сравнению с тем же периодом прошлого года. Какие позиции в ассортименте наиболее популярны у покупателей?**

**И. Г.:** Спасибо. Мы действительно один из крупнейших российских производителей. По нашим расчетам, как минимум каждое третье обручальное кольцо, продаваемое в России, произведено на нашем заводе. Сезон был, как всегда, хороший. Обручальные кольца в смысле колебаний спроса продукт достаточно стабильный: люди заключают браки без большой оглядки на внешние обстоятельства. Просто в трудные времена свадьбы делают скромнее и кольца покупают попроще. Существенных изменений в структуре потребления в сравнении, например, с прошлым годом не наблюдается. Как всегда, основное количество продаж приходится на гладкие обручальные кольца — их в России традиционно покупают больше всего.

**Менялись ли, на Ваш взгляд, на протяжении последнего времени предпочтения покупателей в дизайне обручальных колец? Каковы наиболее востребованные модели сейчас?**

**И. Г.:** В этом году мы ввели в ассортимент двух- и даже трехсплавные кольца из золота разного цвета. Покупателям они нравятся, и продажи этих колец

Первое письменное упоминание об обмене молодоженов обручальными кольцами зафиксировано в Древнем Египте еще в 2200 году до нашей эры. С тех пор многое изменилось — индустрия свадебной моды приобрела феерический масштаб, ассортимент обручальных колец в магазинах может вызвать легкую панику — так много колец в самых разных стилях представлено в витринах. О том, что покапают и что продают, о современных предпочтениях российских молодоженов мы расспросили представителей ведущих компаний-производителей, а также директоров ювелирных салонов нашей страны.

стремительно увеличиваются. Чем дальше отступает кризис (по крайней мере, волна 2009 года), тем больше покупают колец с бриллиантами. Большого спроса на экзотику мы не ожидаем: в вопросе выбора обручального кольца наши потребители проявляют «здоровый консерватизм» :)

**Как Вы считаете, существующий на рынке ассортимент удовлетворяет вкусам многих потенциальных покупателей? Есть ли потребность рынка в новом дизайне обручальных колец? Как часто, по Вашему мнению, проявляются новые тенденции в свадебной моде, оказывает ли это влияние на дизайн обручальных колец?**

**И. Г.:** Собственных ювелирных салонов у нас нет, наши клиенты — исключительно ювелирные магазины. Всегда есть какой-то процент покупателей, и их доля с ростом благосостояния и культуры потребления только растет, которым хочется чего-нибудь новенького, необычного. Мы стараемся и для таких потребителей предложить что-то интересное. Например, в этом году в нашем ассортименте появились комплекты помолвочных и обручальных колец, выполненных в едином стиле, и их продажи вполне удовлетворительны. Вообще говоря, новые веяния в свадебной моде связаны с тем, что западные традиции влияют на нашу культуру, входят и укореняются в ней, так что мы ожидаем развития потребления помолвочных колец и «юбилейных» колец с драгоценными камнями.

**Какова, на Ваш взгляд, емкость рынка обручальных колец в России?**

**И. Г.:** Это не так сложно прикинуть: всего в России в год заключается около миллиона двухсот тысяч браков. Откиньте, допустим, процентов десять на людей, которые кольца не покупают или покупают за рубежом, и умножьте на два.

**Наиболее популярные размеры колец? Ценовой диапазон?**

**Изменился ли ценовой диапазон за последние три года?**

**И. Г.:** Тенденция к расширению размерного ряда действительно есть. Это, видимо, связано с тем, что традиционный возраст вступления в брак начал меняться: больше заключается ранних браков, но больше и поздних. Так что мы за последнее время существенно расширили размерную линейку. Самые популярные — шестнадцатый и семнадцатый размеры у женщин и двадцать первый — двадцать второй у мужчин.

**Когда в России «горячий» сезон продаж обручальных колец?**

**И. Г.:** Традиционно — с мая по август.

**Проводите ли Вы специальные акции для молодоженов?**

**Они способствуют только привлечению большего числа покупателей или позволяют и более активно продвигать новые коллекции? Какие из этих акций были наиболее успешны?**

**И. Г.:** Так как розницы своей у нас нет, то пока не проводим, но планируем в среднесрочной перспективе делать совместные с партнерами программы по продвижению нашей продукции конечному потребителю.



Мы представляем самый широкий ассортимент ювелирных украшений. Торговая марка Crystalit является синонимом качества и надежности. Мы предлагаем нашим клиентам широкий ассортимент ювелирных изделий из натуральных и искусственных камней. Наши дизайнеры создадут для вас уникальное украшение. Доверие клиентов – наша главная драгоценность. Crystalit Corp – старейший бренд на рынке ювелирных камней в России. Долгая и успешная история компании началась в 1991 году. Сейчас Crystalit – это стабильная, динамично развивающаяся компания, которая стоит на высшем уровне ювелирного искусства. Работаем ювелирными компаниями и мастерами. Наши мастера создают уникальные украшения из самых редких и дорогих камней. Мы предлагаем вам широкий спектр ювелирных изделий. Находясь в курсе мировых трендов, мы представим вам самые последние новинки. Удовлетворить самые взыскательные вкусы.



CRYSTALIT  
corporation

Уникальная коллекция  
ювелирных камней

МОСКВА  
 КОСТРОМА  
 КРАСНОЕ-НА-ВОЛГЕ  
 ЕКАТЕРИНБУРГ

8(800) 200 22 28  
 звонок с любого телефона  
 бесплатный  
[www.crystalit.ru](http://www.crystalit.ru)

# Свадебные кольца — долгая память для супругов



На вопросы  
нашего  
корреспондента  
отвечает  
Мargarита  
Шиянова,  
директор компании  
«Русское Золото».

**Как обстоят дела с продажей ювелирных изделий в Вашем регионе в данный момент, есть ли изменения по сравнению с тем же периодом прошлого года? Какие позиции в ассортименте наиболее популярны?**

Покупательская активность в салонах «Русское золото» по отношению к прошлому году возросла, а соответственно, увеличилось и количество продаваемых ювелирных изделий. Наши постоянные клиенты активно отслеживают поступления, чтобы не пропустить новые интересные модели украшений. Если покупатель не может подобрать такое кольцо, о котором он мечтает, мы с удовольствием принимаем заявки на изготовление «желанных» моделей обручальных колец.

**Какой процент в ассортименте Ваших магазинов занимают обручальные кольца? Ваши наиболее значимые фирмы-поставщики?**

Обручальные кольца в ассортименте ювелирных украшений в салонах «Русское Золото» занимают особое положение. Мы создали самые лучшие условия для наших клиентов: начиная от специально отведенных мест, где влюбленные могут неспешно насладиться процессом выбора, и заканчивая всевозможными приятными акциями и высококвалифицированным обслуживанием.

В наличии в наших салонах представлены коллекции обручальных колец на любой вкус. Но на достигнутом результате останавливаться мы не привыкли. Поэтому для формирования обручального ассортимента мы постоянно фиксируем

Выбор обручального кольца дело нелегкое — ведь молодоженам, и без того утомленным предсвадебными хлопотами, приходится выбирать из сотен предложений! Здесь, как никогда, важны профессиональные консультации продавца, который внимательно выслушает все пожелания будущих молодоженов и предложит из великого многообразия именно то, о чем они мечтали. Сегодня директор компании «Русское Золото» Margarита Шиянова рассказывает, чему отдают предпочтения молодожены Петербурга при выборе обручальных колец, ведь тенденции современной ювелирной свадебной моды не стоят на месте!

покупательские пожелания. В этом году мы, например, расширили коллекцию обручальных колец с бриллиантами.

**Представлены ли в ассортименте зарубежные обручальные кольца? Как Вы считаете, существующий на рынке ассортимент удовлетворяет вкусам многих потенциальных покупателей? Как часто, по Вашему мнению, проявляются новые тенденции в свадебной моде, оказывает ли это влияние на дизайн обручальных колец?**

Название наших салонов «Русское Золото» говорит само за себя. Наши клиенты об этом знают и приходят к нам за ювелирными украшениями лучших российских производителей.

Новый дизайн обручальных колец появляется в «Русском Золоте» регулярно, потому что наши поставщики вносят изменения во внешний вид моделей в соответствии с пожеланиями нашего покупателя. Существующая конкуренция также заставляет производителей следить за новыми тенденциями в свадебной моде.

**Каково, на Ваш взгляд, состояние рынка обручальных колец в России? Многие ли производители ювелирных изделий занимаются**

**изготовлением обручальных колец?**

Производством обручальных колец сейчас занимаются очень многие российские компании. Правда, много не всегда значит хорошо. Мы очень трепетно и серьезно относимся к качеству этой продукции, поэтому сотрудничаем только с теми производителями, для которых качество обручального кольца такая же важная составляющая, как и его внешний вид.

**Когда в России «горячий» сезон продаж обручальных колец?**

В настоящее время сезонность спроса на обручальные кольца в наших салонах не прослеживается так же четко, как раньше. Спрос более равномерно распределен в течение года. Отчасти это связано и с тем, что для многих пар, давно уже состоящих в браке, стала актуальна традиция замены старых обручальных колец новыми современными моделями, независимо от времени года.

**Проводите ли Вы специальные акции для молодоженов?**

Мы понимаем, что люди, которые собираются пожениться, пребывают в приподнятом, праздничном настроении. А праздник — это подарки и приятные сюрпризы. Именно поэтому акции для молодоженов в салонах «Русское Золото» есть всегда.







реклама

**ИНСТРУМЕНТ ОБОРУДОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ  
для ювелирного производства**

# Символы любви и верности



На вопросы нашего корреспондента отвечает Александр Ставров.

**Как обстоят дела с продажей ювелирных изделий в Ваших салонах в данный момент, есть ли изменения по сравнению с тем же периодом прошлого года? Какие позиции в ассортименте наиболее популярны?**

Салоны «Линии Любви» расположены в разных регионах РФ, поэтому вкус и покупательская способность везде разные. Исходя из этих предпочтений, мы и подбираем ассортимент для наших салонов. Хочу заметить, что за прошедший год у нас произошли значительные изменения. В этом сезоне мы полностью поменяли весь ассортимент колец с бриллиантами и предложили покупателям целый спектр уникальных услуг по нашей фирменной коллекции «Линии Любви». Была также усовершенствована система подсортировки салонов «выпавшими» размерами колец, она стала более быстрой и гибкой. Это положительно сказалось на оборачиваемости коллекций и объемах их продаж.

**Какой процент в ассортименте Ваших магазинов занимают обручальные кольца? Ваши наиболее значимые фирмы-поставщики?**

На данный момент в салонах мы выделяем одну витрину обручальных колец и представляем на ней весь их ассортимент.

«Линии Любви» — успешно развивающаяся ювелирная сеть, включающая более 30 салонов во всей России, в которых представлен широчайший выбор обручальных колец. Современные тенденции ювелирной свадебной моды постоянно изменяются и совершенствуются. Своими наблюдениями о современных тенденциях моды и о предпочтениях покупателей делится Александр Ставров, бренд-менеджер сети ювелирных салонов «Линии Любви» (39 салонов в 16 городах России).

Ассортимент подбирается по двум критериям: дизайн и цена.

Обращаем внимание и на универсальность моделей, отдавая предпочтение кольцам, которые подходят как мужчинам, так и женщинам. Благодаря особенностям выкладки в салонах «Линии Любви» наши покупатели легко ориентируются и подбирают свои кольца по цене и дизайну.

**Менялись ли на протяжении последнего времени предпочтения покупателей в дизайне обручальных колец? Каковы сейчас наиболее востребованные модели, может быть, ширина колец?**

В последнее время я не заметил резких изменений во вкусах покупателей, если говорить о ширине колец. Для большинства покупателей обручальное кольцо — это по-прежнему модель средней ширины, примерно 3–4 мм. Отчасти это связано с удобством ношения. Кольца средней ширины будут комфортны всем покупателям, в отличие от узких или широких, которые подойдут не каждому. Наиболее востребованные размеры — это 16 и 16,5.

В составе металла, форме и виде отделки вкусы меняются быстрее.

Покупатели выбирают желтое, белое золото, платину, двух- и иногда трехсплавные кольца с различными видами отделки.

Покупатели стали часто отдавать предпочтение кольцам прямой формы. Такая форма составила конкуренцию традиционным полукруглым и круглым кольцам.

Если говорить о ценовых предпочтениях, то самый популярный диапазон по цене 7000–12 000 рублей за пару колец.

**Представлены ли в ассортименте зарубежные обручальные кольца? Как Вы считаете, существующий на рынке ассортимент удовлетворяет вкусам многих потенциальных покупателей? Как часто, по Вашему мнению, проявляются новые тенденции в свадебной моде, оказывает ли это влияние на дизайн обручальных колец?**

В салонах «Линии Любви» представлены обручальные кольца только российских производителей. Наш поставщик — фабрика «Топаз».

Качество производимых колец не уступает зарубежным производителям, так как они изготавливаются на импортном оборудовании с соблюдением высочайших стандартов качества европейских производителей.

Потребность покупателей в новом дизайне колец салоны «Линии Любви» решили двумя способами:

Первое наше преимущество — сотрудничество с фабрикой «Топаз». Благодаря широкому ассортименту



19-22 ОКТЯБРЯ



## ЮвелирЭкспо

Мир украшений

- Ювелирные украшения
- Украшения из натуральных камней
- Часы из золота и серебра
- Художественное оружие
- Предметы церковного ювелирного искусства
- Аксессуары класса «люкс»
- Бижутерия
- Ювелирное сырье
- Предметы украшения интерьера
- Антиквариат

нашего поставщика мы подбираем для салонов разнообразные по цене и дизайну коллекции. В каждой новой коллекции фабрика обязательно предлагает «горячие» хитовые модели с дизайном и ценой, «продающими» сами себя.

Вторая уникальная особенность салонов «Линии Любви» — запущенная нами услуга «Создай свое кольцо», предназначенная для покупателей, желающих носить кольца своего, исключительного дизайна.

В специальной компьютерной программе покупатели самостоятельно создают модель своего кольца. Они видят, как меняется ширина кольца, как оно будет выглядеть в желтом, красном золоте или, скажем, в платине. Подбирают также количество и расположение бриллиантов, заказывают свою индивидуальную гравировку. Выполняется такой заказ всего за неделю, еще несколько дней уходит на доставку в салон.

Очень часто пара таких колец становится уникальной и единственной в мире. Что важно, эксклюзивность никак не сказывается на их цене — стоимость их не отличается от цены базовых моделей колец «Линии Любви». Благодаря этим двум факторам салоны «Линии Любви» обеспечивают потребность покупателей в новых, свежих, «горячих» моделях.

### Когда в России «горячий» сезон продаж обручальных колец?

Самый пик продаж приходится в основном на летние месяцы. Зимние свадьбы сейчас входят в моду, но пока не приобрели такой же популярности, и, соответственно, спрос ниже.

### Проводите ли Вы специальные акции для молодоженов?

В салонах «Линии Любви» всегда проходят акции, в том числе и выгодные предложения для молодоженов.

Кроме традиционных скидок мы предлагаем покупателям и другие бонусы. Например, при покупке пары обручальных колец «Линии Любви» молодожены получают в подарок серебряную брошь — символ семьи. Она становится первой семейной драгоценностью, которую, возможно, наши покупатели потом передадут своим детям.

Акции и скидки во всех регионах одинаковые. Это единая рекламная политика салонов. Но где бы салон ни располагался, в одном можно быть уверенным точно: покупатели всегда найдут в салонах «Линии Любви» свои обручальные кольца. В конце концов, сеть ювелирных салонов «Линии Любви» — единственная в России ювелирная сеть, которая имеет свою фирменную марку обручальных колец, и это подчеркивает наш особый статус.



реклама

г. Челябинск / ВЦ «МЕГАПОЛИС»  
тел.: (351) 231-37-41 / [www.pvo74.ru](http://www.pvo74.ru)

# «Срочно требуется!!!»

## ПРИНЦИПЫ СОСТАВЛЕНИЯ И РАЗМЕЩЕНИЯ ОБЪЯВЛЕНИЙ О ПОИСКЕ ПЕРСОНАЛА

Представляем авторский материал из новой книги Издательского Дома «6 карат». Тема управления персоналом одна из значимых тем, представленных в практическом пособии «Ювелирная розница. Практические инструменты» (под редакцией Т. Шикалович).



# WANTED



# ПРОДАВЕЦ

**требования:**

**1. возраст от**

**2. опыт работы от**

**Т**екучка продавцов — данность, с которой сталкиваются все ювелирные магазины и, к сожалению, решить ее лишь увеличением заработной платы невозможно. Продавцы уходят по разным причинам: это могут быть как личные обстоятельства, так и желание карьерного роста. В конце концов, это может быть и ваша инициатива расстаться с непутевым сотрудником.

Итак, вы столкнулись с проблемой открытой вакансии, и первым шагом для ее решения будет объявление конкурса на замещение должности продавца. На первый взгляд кажется, что это достаточно просто, но ошибки на данном этапе могут оставить вас без персонала или надолго затянуть процесс подбора. Вы можете впустую потратить средства на размещение не того объявления или использовать не тот канал поиска. Типичной ошибкой является текст объявления «Требуется продавец» с указанием контактного телефона, размещенного в бесплатной газете, которую даже не пролистывают ваши потенциальные сотрудники. Тому, как правильно составить объявление и где его разместить, посвящена данная статья.

В начале нашего пути в поиске персонала необходимо определить, какие требования мы предъявляем к продавцу и по каким критериям будем его отбирать. Для того чтобы заранее отсеять соискателей, которые вам не подходят, в объявлении необходимо максимально четко описать ваши требования, предъявляемые к кандидату. Эту информацию можно взять из профиля вакансии, в случае, если он существует, или, на худой конец, из должностной инструкции. Какие пункты желательно отразить в объявлении?

- 1) пол;
- 2) возраст;
- 3) образование;
- 4) опыт работы;
- 5) профессиональные навыки;



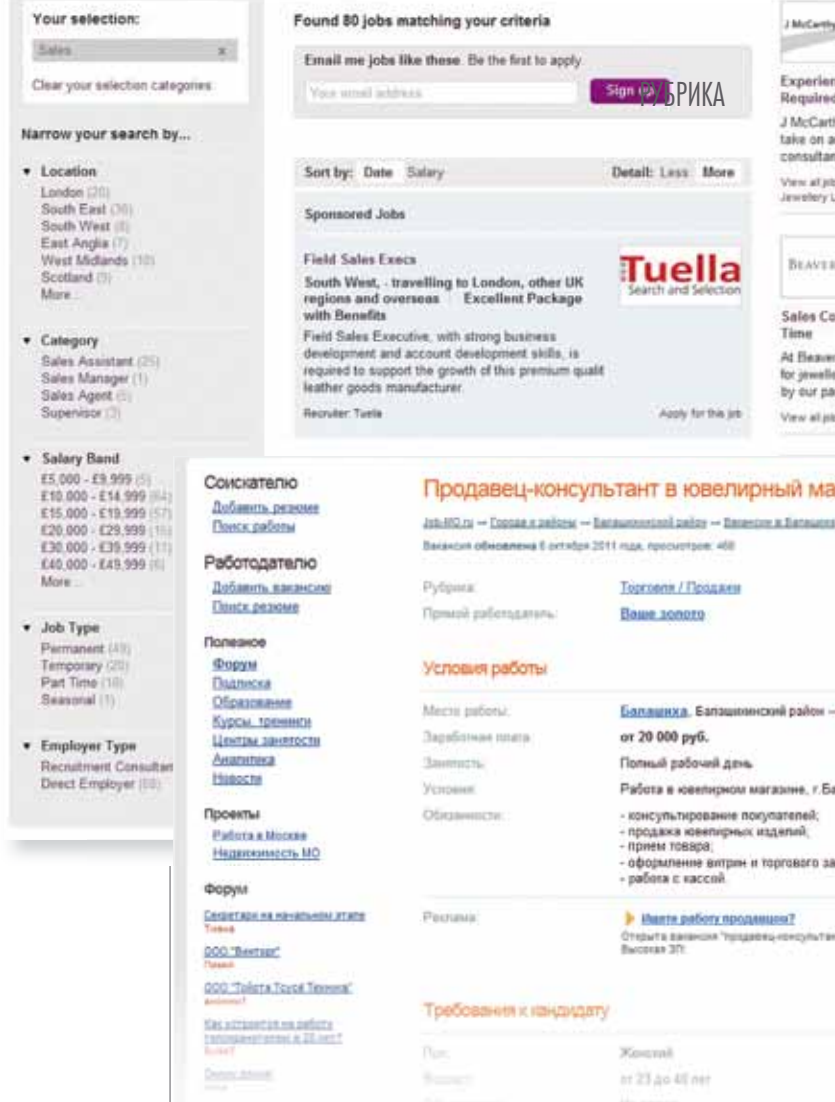
- 6) личные качества;
- 7) функциональные обязанности;
- 8) условия работы и уровень зарплаты;
- 9) контактные данные (телефон, e-mail, контактное лицо).

Итак, с требованиями мы определились, теперь их нужно скомпоновать в красивый текст объявления. Если у вас возникают сложности с написанием текста, просто посмотрите объявления других компаний, желательно ювелирных. На их основе вы можете разработать свое, главное, чтобы это вас вдохновило на создание нового объявления, а не превратилось в плагиат. Степень глубины описания вакансии ограничена лишь размером объявления и бюджетом, заложенным вами на это. В любом случае, какое бы подробное объявление вы ни написали, оно не может включить в себя все требования. В тексте лучше избежать формулировки «Требуется», более корректно будет звучать «Приглашаем». При оформлении объявления можно использовать изображения ювелирных украшений, чтобы при первом взгляде соискателю стал понятен сегмент рынка. В случае, если человек рассматривает для себя возможность работы в ювелирном секторе, ваше объявление будет первым в очередности прочтения.

Брендовые компании размещают в объявлениях свой логотип и иногда слоган, который должен привлечь внимание их целевой аудитории. Каким будет ваше объявление, зависит полностью от вас и полета вашей фантазии, желательно, чтобы оно «цепляло» вашего кандидата.

Где размещать объявления? Все зависит от того, какое количество персонала вам требуется. Если мы говорим об одной позиции, то иногда достаточно обратиться к сотрудникам, которые у вас работают, для привлечения их друзей и знакомых. В некоторых крупных компаниях на это даже выделяется бюджет и разрабатываются программы, которые стимулируют привлечение на работу новых сотрудников через уже существующих. Но необходимо понимать, что нельзя принимать на работу человека, только исходя из родственного (дружеского) критерия. Даже к знакомым необходимо применять все те же технологии отбора, которые используются с остальными соискателями. Успехи на одном месте работы не дают никакой гарантии в том, что в вашем магазине этот человек будет работать так же эффективно. Это зависит от достаточно большого количества факторов: сегмента рынка, корпоративной культуры, коллектива, внутренней мотивации и т. д. Не существует двух одинаковых компаний, поэтому любая переменная может сыграть как в минус, так и в плюс.

В ситуации, когда речь идет о позиции старшего продавца или администратора магазина, необходимо рассматривать на эти позиции уже существующих сотрудников, предоставив им возможность карьерного роста. Это называется «работа



с кадровым резервом». Если, по вашему мнению, у сотрудника нет достаточного опыта, но потенциально он мог бы занять данную должность, то можно направить его на обучение или разработать внутренний план переподготовки, постепенно передавая новый функционал и отслеживая эффективность выполнения поставленных задач. Использование внутренних ресурсов является самым экономичным способом найма сотрудника. Дополнительным преимуществом является получение уже лояльного сотрудника (ему не нужно заново адаптироваться в компании), в связи с этим все свои силы и рабочее время он будет тратить на освоение нового функционала. Использование кадрового резерва также благотворно влияет на мотивацию остальных сотрудников компании и представляет собою наглядный пример того, что в организации замечают старания продавцов и для них возможен карьерный рост.

Готовое объявление о поиске сотрудников можно разместить на входе в магазин — это достаточно распространенная практика. Но учтите — если у вас салон премиум-класса, то подобные объявления создадут неблагоприятное впечатление у ваших покупателей. Данной ситуации можно избежать, разместив вакансию на своем сайте. Но, к сожалению, опыт показывает, что приток кандидатов при использовании данного способа почти равен нулю.

Более сложные, а также материально затратные механизмы необходимо использовать в ситуации, когда существует несколько вакансий —



РАСПИСАНИЕ СЕМИНАРОВ И ТРЕНИНГОВ  
«МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕС-ЦЕНТРА «6 КАРАТ»  
НА НОЯБРЬ-ДЕКАБРЬ 2011 г.

| № п/п | ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ | НАЗВАНИЕ, ФОРМА ОБУЧАЮЩЕГО МЕРОПРИЯТИЯ | ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ |
|-------|-----------------|--|-------------------|
|-------|-----------------|--|-------------------|

Н О Я Б Р Ъ

|    |              |  |   |
|----|--------------|--|---|
| 1  | 1–2 ноября   | Личностный тренинг имиджа<br>«Стиль жизни»   | Широкий круг специалистов   |
| 2  | 3–4 ноября   | Семинар<br>«Категорийный менеджмент для ювелирного магазина»   | Руководители ювелирных магази-<br>нов, администраторы, мерчандай-<br>зеры, специалисты по маркетингу,<br>закупкам, товароведы |
| 3  | 7–8 ноября   | Тренинг<br>«Практика оптовых продаж ювелирных украшений<br>(телефонные продажи)»                         | Специалисты по оптовым про-<br>дажам  |
| 4  | 7–8 ноября   | Семинар<br>«Оформление ювелирного магазина от А до Я»  | Руководители, дизайнеры, мер-<br>чандайзеры, администраторы<br>ювелирных магазинов  |
| 5  | 8–9 ноября   | Мастер-класс<br>«Специальные приемы выкладки ювелирных украшений»  | Руководители, дизайнеры, мерчан-<br>дайзеры, маркетологи, админи-<br>страторы, продавцы                                       |
| 6  | 10 ноября    | Семинар<br>«ПРОМОАКЦИИ: теория и практика оформления юве-<br>лирного магазина. Годовой план оформления»  | Руководители, дизайнеры, мерчан-<br>дайзеры, маркетологи, админи-<br>страторы, продавцы                                       |
| 7  | 9–10 ноября  | Тренинг<br>«Повышение эффективности менеджера оптовых про-<br>даж на ювелирных выставках». <b>НОВЫЙ!</b> | Руководители, специалисты орга-<br>низации, работающие на ювелир-<br>ных выставках  |
| 8  | 14–15 ноября | Семинар<br>«Практика привлечения и удержания клиентов. Про-<br>грамма лояльности»                        | Владельцы, директора, руково-<br>дители ювелирных компаний,<br>специалисты отделов рекламы и<br>маркетинга                    |
| 9  | 16–17 ноября | Семинар<br>«Технология продаж: обучение продавцов ювелирных<br>магазинов своими силами»                  | Владельцы, директора, управля-<br>ющие, администраторы, руко-<br>водители по персоналу, старшие<br>продавцы, наставники       |
| 10 | 21–25 ноября | Школа HR-менеджеров  |   |

Д Е К А Б Р Ъ

|    |           |   |  |
|----|-----------|---|--|
| 11 | 6 декабря | Мастер-класс<br>«Поиск новых рынков сбыта для ювелирных компаний». <b>НОВЫЙ!</b>          | Владельцы, директора, руково-<br>дители ювелирных компаний,<br>специалисты отделов рекламы и<br>маркетинга |
| 12 | 6 декабря | Мастер-класс<br>«Создание сервисной программы для ювелирных компа-<br>ний». <b>НОВЫЙ!</b> | Владельцы, директора, руково-<br>дители ювелирных компаний,<br>специалисты отделов рекламы и<br>маркетинга |

При оплате за 20 дней до начала семинара скидка 10%!  
При оплате за 10 дней до начала семинара скидка 5%!

Внимание! В расписании возможны изменения. Следите за обновлениями на сайте <http://www.6carat.ru/>

Получить информацию по семинарам можно по телефонам:  
+ 7 (495) 744-34-64, 232-22-60, 232-33-79 или по e-mail: [info@6carat.ru](mailto:info@6carat.ru); [6carat@inbox.ru](mailto:6carat@inbox.ru)



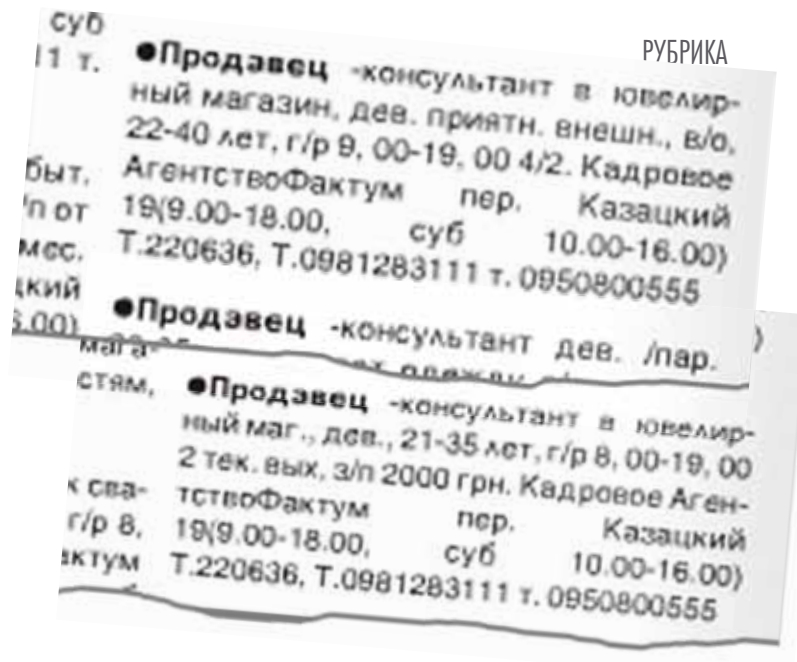


нужно полностью укомплектовать открывающийся магазин или при наличии горячей вакансии. В первую очередь необходимо обеспечить поток соискателей, и здесь без средств массовой информации не обойтись. Наиболее эффективными каналами размещения объявлений на сегодняшний день признаются сайты по трудоустройству, а также специализированные газеты и журналы по поиску работы.

Многие сайты предлагают платные услуги по размещению и продвижению вакансий. Для начала можно бесплатно поместить объявление и посмотреть, каков будет отклик (очень часто этого бывает достаточно). Для размещения вакансии на сайте необходимо пройти регистрацию. Почти на всех сайтах есть возможность бесплатного размещения до трех вакансий. При этом важно регулярно обновлять объявление, чтобы оно оставалось вверху списка и его можно было легко найти (на некоторых сайтах это возможно только через две недели после размещения, либо это платная услуга, которая позволяет находиться объявлению какой-то период в числе первых). Рекомендуется использовать не только общероссийские сайты, но и местные интернет-ресурсы.

Более эффективным способом является размещение объявления в печатных СМИ. Перечень журналов и газет, в которых следует размещать объявления, зависит в первую очередь от вашего региона. Для того чтобы определить, какие печатные издания наиболее эффективны, достаточно в местах продаж спросить, что пользуется большим спросом. Опять же, исходя из ценообразования, в местных СМИ стоимость размещения объявления меньше, а отклик порой гораздо выше общероссийских.

В газетах и журналах существует два вида размещения объявления: это строчное объявление и модульное. Строчное, как видно из названия, представляет собой обычный текст, иногда за дополнительную плату его могут поместить в рамочку. Плюс строчного объявления — его низкая стоимость, минусом являет то, что на него могут не обратить внимание. Модульные объявления помимо размещения вакансии являются дополнительной имиджевой рекламой, поскольку содер-



жат логотип компании и прочие корпоративные атрибуты. Размер модуля у каждого издания свой, например 1,5 × 3 см или 4 × 5 см и т. д., поэтому важно уточнять информацию заранее, если вам недостаточно одного модуля для размещения, то можно взять несколько. Само оформление модуля очень часто берут на себя издания, иногда за отдельную плату.

После того как текст объявления составлен и размещен в СМИ, вам начнут поступать звонки и резюме по электронной почте. К сожалению, достаточно большое число соискателей, которые не соответствуют вашим критериям, все равно будут откликаться на вакансию. Это происходит потому, что некоторые соискатели надеются на авось либо просто невнимательно читают текст объявления. Чтобы оградить себя от таких кандидатов, предварительно проведите телефонную беседу, в которой еще раз пройдитесь по профилю вакансии. Дополнительный плюс телефонного общения заключается в том, что у вас появляется возможность услышать речь соискателя, то, как он общается, а для продавца умение общаться является важнейшей компетенцией. В случае, если вас что-то смущает, можно задать уточняющие вопросы и, исходя из ответов, принимать решение о том, стоит ли приглашать кандидата на собеседование и тратить на него свое время или нет.

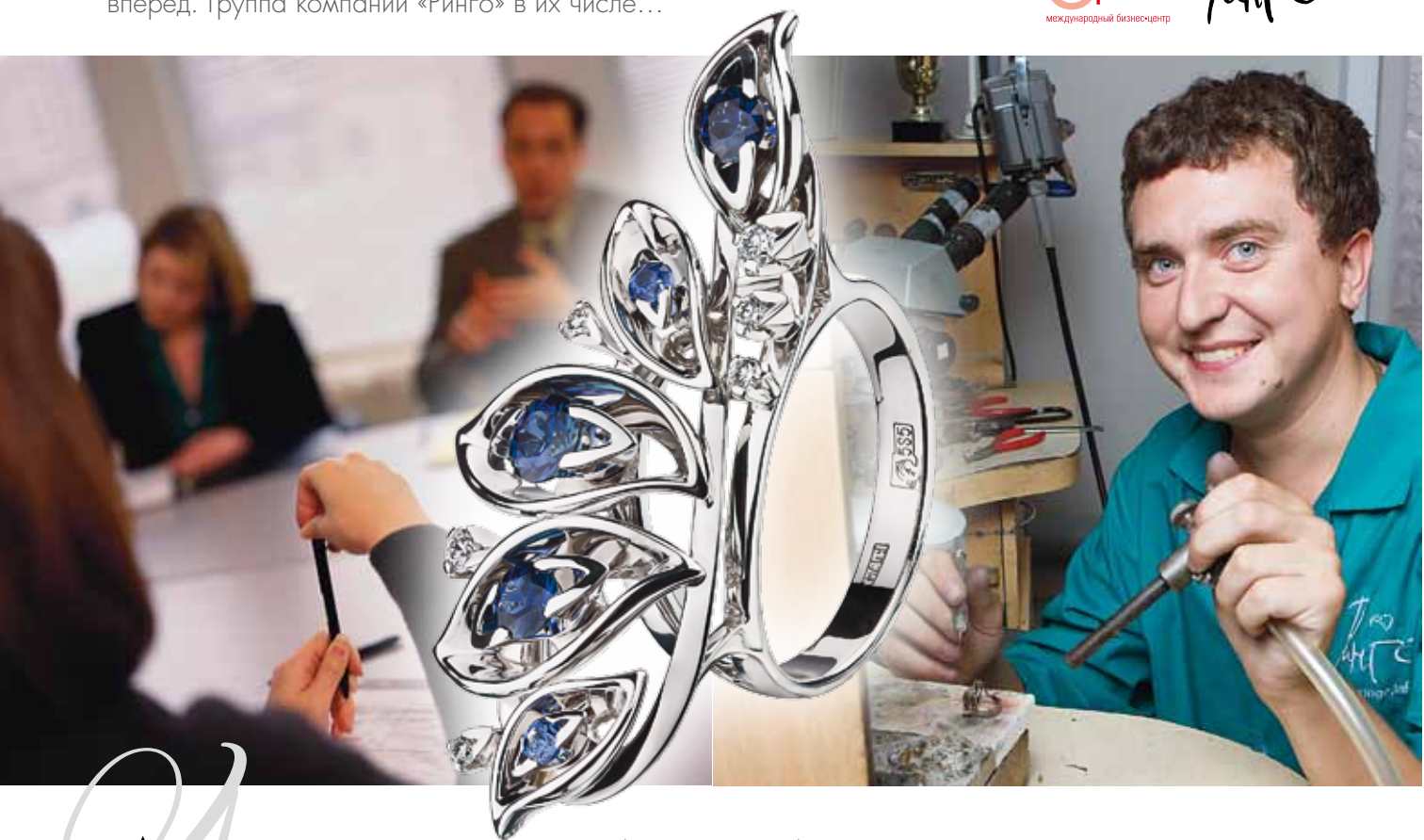


27 октября 2011 года авторский семинар Инги Орловой  
**«Специальные приемы подбора продавцов на работу»**

Информация по телефону (495) 744-34-64

# Аттестуем производственный персонал (МЕТОДИКА И ПРИМЕР)

Делиться опытом и собственными наработками способны компании и специалисты, прошедшие серьезный путь и уверенно смотрящие вперед. Группа компаний «Ринго» в их числе...



**А**ттестация производственного персонала (рабочих специальностей), на мой взгляд, является на данный момент злободневной темой. База оценки персонала, которая использовалась в советское время на производстве, устарела, а новой, продуманной и обкатанной на современных производствах системы, к сожалению, нет. ЕТКС (Единый тарифно-квалификационный справочник) был издан в 1985 году и претерпел с годами лишь незначительные изменения, так что использовать его в качестве основы разрядной сетки на нашем производстве оказалось неактуально.

Наше предприятие занимает узкий производственный рынок: разработка и производство ювелирных изделий с бриллиантами от массовой до эксклюзивной продукции — и имеет частную форму собственности. Таким образом, мы имеем возможность продумать и утвердить свою уникальную раз-

рядную сетку и систему аттестации на своем предприятии.

Хочу рассказать о нашем опыте подготовки и проведении аттестации на современном ювелирном производстве.

## ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ:

**1. Составление, утверждение положения об аттестации,** ознакомление с положением об аттестации сотрудников. Обязательная информация, которая, на наш взгляд, должна быть включена в данное положение: цель аттестации, порядок аттестации, технология проведения аттестации, а также формы документов — представление к аттестации,



характеристика работника, аттестационный лист, оценочная ведомость для практической части аттестации.

**2. Составление разрядной сетки.** Мы пошли следующим путем: на каждую рабочую специальность (ювелир-модельер, ювелир-монтажники, ювелир-закрепщик, ювелир-полировщик) мы разработали 6-разрядную тарифную сетку. Далее мы составили и приняли документ «Руководство для присвоения разрядов по итогам выполнения практических работ и ответов на теоретические вопросы».

Пример из «Руководства для присвоения разрядов по итогам выполнения практических работ и ответов на теоретические вопросы для ювелиров-монтажников»:

«Оценка за выполнение практических работ проводится по 10-балльной шкале на каждой из техно-

логических операций при поступлении изделий на ОТК, учитывается и фиксируется время, затраченное на выполнение операции:

- обработка (оценивается уровень качества обработанной поверхности изделий и подгонка деталей);
- сборка (оценивается качество паяных швов);
- скорость (оценивается скорость выполнения операций).

Оценка ведется каждым членом аттестационной комиссии независимо, из их оценок выводится среднее арифметическое. Оценка за теоретическую часть назначается по итогам ответов на 10 вопросов по знанию предмета своей деятельности. Число правильных ответов и является числом баллов за теорию.

Данные за практику суммируют и получают балл для присвоения разряда.

| Критерии оценки при выполнении практических работ   | Признаки присвоения разрядов  | Шифры изделий, выполняемых на разряд | Разряд |
|---|---|--------------------------------------|--------|
| Обработка гладкая и равномерная, толщина деталей не нарушена, неровные участки отсутствуют, следов инструмента нет. Выполнена точная обработка штихелем и шабером и высококачественная полировка труднодоступных мест. Идеальная подгонка без зазоров и перекосов. Сборка без непропаек и участков, залитых припоем | Выполнение практических работ и теоретические вопросы: общий балл 36–40 | ****                                 | VI     |

Такая разрядная сетка прописана для каждого разряда каждой производственной специальности. С описанием разрядов знакомятся работники (шифры изделий, которые будут выполняться на практической части, не оглашаются до момента аттестации).

**3. Составление теоретических вопросов для каждой производственной специальности,** которые включают в себя вопросы по технологии и вопросы по технике безопасности. Вопросы не доносятся до работников до момента аттестации.

**4. Заполнение представления на работника непосредственным руководителем.** Представление включает в себя следующие блоки: оценка результативности работы специалиста непосредственным руководителем за период (количество, категории сложности, для работников-сдельщиков — выработка и сложность); оценка результатов работы за период сотрудниками-смежниками; а также оценка личностных качеств сотрудника непосредственным руководителем (анкетные вопросы).

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ

(заполняется руководителем подразделения на аттестуемого работника)

Дата аттестации «»  201 г.

Дата заполнения «»  201 г.

Ф.И.О. аттестуемого


Должность

Подразделение

В приведенных ниже таблицах оцените профессиональные, личностные качества сотрудника, результативность его труда.

1. Результативность

\*Статистика и оценка выполненных работ за период с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_

|  | Количество эскизов/моделей | Категория сложности | Оценка руководителя |
|---|----------------------------|---------------------|---------------------|
|   |                            |                     |                     |
|   |                            |                     |                     |
|   |                            |                     |                     |

2. Наличие замечаний и оценка сотрудников-смежников

за период работы с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_

\* На художника заполняют п.п. 1, 2, 3; на дизайнера трехмерного моделирования — п.п. 1, 3, 4; на ювелира-модельера — п.п. 1, 2, 4.

|  | Кто оценивает                                 | Замечания | Оценка |
|--|---|-----------|--------|
|  | 1. Главный технолог                           |           |        |
|  | 2. Ведущий дизайнер трехмерного моделирования |           |        |
|  | 3. Ведущие ювелиры-модельеры                  |           |        |
|  | 4. Художники                                  |           |        |

3. Личностные характеристики

Оценка руководителя (обвести наиболее подходящий балл)

|  | 3.1. Самостоятельность (может ли выполнять порученную работу без посторонней помощи)  |   |   |   |   |   |  |
|---|---|---|---|---|---|---|--|
|   | Без посторонней помощи не знает, что предпринять при малейших трудностях  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Даже нестандартные и сложные задания выполняет успешно без посторонней помощи              |
|   | 3.2. Готовность к действию (отношение сотрудника к ответственным и срочным заданиям)  |   |   |   |   |   |  |
|   | Не проявляет готовности к действию, постоянно принуждается к работе   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Постоянно готов к действию, энергичен, приступает к реализации любых задач без промедлений |
|   | 3.3. Умение доводить начатое дело до конца (доводит ли работник начатое дело до конца без напоминаний и постоянного контроля) |   |   |   |   |   |  |
|   | Требуется постоянное напоминание, жесткого контроля выполнения работы   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Получив задание, всегда доводит дело до конца без напоминаний и контроля                   |

Категория/разряд, на которую претендует \_\_\_\_\_

Предложения и рекомендации по совершенствованию деятельности сотрудника \_\_\_\_\_

Необходимость обучения (какого именно): \_\_\_\_\_

|                         |  |   |   |
|-------------------------|--|---|---|
| Представление заполнил: |  | / | / |
|                         |  | / | / |
|                         |  | / | / |

С Представлением ознакомлен « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.



### 5. Назначение аттестационной комиссии.

В комиссию вошли: сотрудник отдела персонала, контролер ОТК, главный технолог, руководитель производственной площадки, креативный директор, для некоторых специальностей мы привлекли в комиссию лучших сотрудников участка, а также внешних экспертов из других производственных предприятий города.

### 6. Утверждение календаря аттестации.

Поскольку аттестация на нашем предприятии проходит без отрыва от производства, календарь аттестации составлялся с учетом принятой у нас технологической цепочки изготовления изделий.

### 7. Разработка тарифной сетки.

Поскольку рабочие специальности на нашем предприятии получают заработную плату сдельно — согласно принятым на предприятии расценкам, мы добавили повышающий коэффициент к расценкам за разряд (чем выше разряд, тем выше коэффициент).

На описанные выше 7 пунктов подготовительной работы у нас ушло около двух месяцев совместной работы (инициативная группа, которая затем и вошла в комиссию по аттестации).

### 8. Наверное, самым важным моментом в подготовительном этапе аттестации является ознакомительная работа с персоналом.

В нашем случае мы объявили сотрудникам производства о предстоящей аттестации за два месяца до ее начала на общем ежегодном собрании, на котором подводились итоги прошлого года и принимались планы на 2011 год. Собрание проводил генеральный директор компании. Безусловно, были озвучены выгоды, которые получает каждый сотрудник от аттестации: объективная оценка его профессионального уровня, возможность повысить разряд, а следовательно, и заработную плату.

Кроме этого, каждый документ по аттестации своевременно доводился до ознакомления работников. По этой причине сопротивления и стресса у работников нашего производственного комплекса не было, наоборот, оценка была воспринята как дополнительная возможность доказать себе и руководству, на что способен каждый сотрудник, и возможность повысить свой доход.

## ПОРЯДОК АТТЕСТАЦИИ:

- В производственном комплексе в Екатеринбурге аттестацию проходили 40 сотрудников. Таким образом, аттестация заняла у нас 8 дней. Некоторые специальности проходили аттестацию три дня (так как изделия, выдаваемые в работу технологически



**Злата Крупина,**  
**директор по персоналу группы**  
**компаний «Ринго»**

должны выполняться три дня), аттестация некоторых участков длилась всего один день.

- В первую очередь все специалисты одновременно в одном помещении отвечают на теоретические вопросы, на них мы давали 30 минут (в среднем по три минуты на вопрос).

- После теоретических вопросов все сотрудники участка одновременно получают в работу изделия для оценки практической части. При этом, чтобы фиксировать точное время, затраченное на каждую операцию, сотрудник отмечает все выходы на перекуры, обеды и прочее в специальной таблице.

- В конце дня все сотрудники ровно в 18.00 сдают все работы и имеют возможность продолжить только на следующий день. Результаты практической деятельности (время на каждую операцию) фиксируются сотрудником отдела персонала в оценочной ведомости. Сотрудник отдела персонала во время аттестации находится рядом с контролером ОТК, ведь именно ОТК оценивает каждую операцию.

## ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП АТТЕСТАЦИИ ВКЛЮЧАЕТ:

1. Подсчет результатов аттестационной комиссией.
2. Составление приказов о присвоении разрядов отделом персонала.
3. Донесение результатов аттестации до сотрудников (ознакомление с приказами).

В целом заключительный этап аттестации должен занимать не более трех дней.



# Ювелирная микромеханика

## ЧАСТЬ 2

Мы продолжаем серию публикаций, посвященных изготовлению наручных ювелирных часов, а также международным стандартам и требованиям, предъявляемым к их конструкции и качеству. Профессиональную консультацию РЮ дает создатель первого в истории Санкт-Петербурга Центра обслуживания швейцарских часов, первый сертифицированный швейцарскими производителями отечественный специалист, ведущий российский эксперт Виктор Петрович Латанский, генеральный директор Санкт-Петербургского Сервисного центра швейцарских часов «СЕКУНДА».

Ювелирные часы, как технически сложные изделия, в обязательном порядке потребуют от компании-изготовителя создания для них особого технического паспорта и, конечно же, установления определенного гарантийного срока. Поэтому еще на этапе разработки обновления и расширения ассортимента производимой продукции, а именно внедрения в свой модельный ряд часов различных видов и классов, ювелирным производителям необходимо учитывать в первую очередь особенности работы механизмов, которые будут устанавливаться в новые часы, а также то, что каждому из этих механизмов и, следовательно, каждому часам неизбежно потребуются специальное сервисное обслуживание.

Для того чтобы ювелирные часы неизменно радовали потребителя своей точной работой и безупречным внешним видом, начинающему производителю нельзя забывать о том, что абсолютно всем часам (и швейцарских, и немецких, и японских, и других luxury-брендов) всегда необходима постоянная профилактическая поддержка. Так, механическим часам, даже если длительное время ими не пользоваться, приблизительно раз в два-три года нужен полный технический осмотр, состоящий из целого ряда операций, направленных на восстановление оптимального состояния и сохранение стабильного функционирования часов. Если же часы кварцевые, им нужна замена элементов питания (батареек) приблизительно каждые два-три года.

При этом профессиональный технический осмотр часов (в процессе которого часовой механизм нужно будет разобрать, тщательно очистить от старого масла при помощи специальных растворов, заменить часовые прокладки, смазать детали свежим маслом, отрегулировать точность хода механизма в нескольких положениях, а затем проверить его на протяжении определенного срока), а также гарантийное и постгарантийное техобслуживание часов, например, в наших мастерских «СЕКУНДА-Москва» и «СЕКУНДА-СПб» всегда включает в себя также и полировку корпуса, и полировку часового браслета (если он имеется), а также проверку водостойкости (герметичности) корпуса часов.

### МЕХАНИЗМЫ ЮВЕЛИРНЫХ ЧАСОВ: ОСОБЕННОСТИ КВАРЦА И МЕХАНИКИ

Итак, механические и кварцевые механизмы, которыми современные производители оснащают при изготовлении ювелирные часы, отличаются принципами действия. Так, в первом случае в роли двигателя выступает спиральная пружина, закручивающаяся при заводе часов: постепенно раскру-



Bedat & Co



чиваясь, она приводит в движение барабан с зубьями — именно его вращение и запускает в действие весь часовой механизм. Недостатком такого пружинного двигателя является то, что неравномерная скорость раскручивания этой пружины приводит к значительной погрешности точности хода часов.

Источником питания здесь служат как классический мануальный, так и автоматический завод, который был массово внедрен в часовое производство в 1970-х годах. На сегодня же ситуация на часовом рынке такова, что автоподзаводом оснащаются, как правило, все механические швейцарские механизмы middle-класса (ценовой категории от \$300 и выше). При этом большинство из них заводится как вручную, так и от движений кисти руки, с помощью специально встроенного грузового сектора (вращения инерционного ротора, соединенного с заводным колесом). Такие механизмы обладают более высокой точностью хода из-за относительного постоянства крутящего момента заводной пружины.

А вот кварцевым механизмам энергию, как известно, дает батарейка: их действие основано на кварцевом генераторе, выдающем сигнал с высокой степенью стабилизации частоты. Этот сигнал передается шаговому электродвигателю, поворачивающему секундную стрелку (или поступает на жидкокристаллический индикатор). Именно следствием высокой стабильности частоты импульсов, вырабатываемых электронным блоком, и является более высокая по сравнению с любой механикой точность хода кварцевых часов.

Такая точность обеспечивается кристаллом кварца, который обладает уникальным свойством порождать электрический импульс при сжатии, а при воздействии электрического тока — сжиматься: кристалл можно заставить сжиматься-разжиматься, т. е. колебаться под воздействием электрического тока. Так, подбором размера кристаллов швейцарские производители механизмов добиваются частоты резонанса 32 768 Гц. Эта величина примерно в 10 000 раз больше, чем число колебаний баланса в механических часах.



**Виктор Петрович Латанский**

## УСТРОЙСТВО И МАТЕРИАЛЫ РАЗНЫХ ЧАСОВЫХ МЕХАНИЗМОВ

Поскольку детали механических часов большую часть времени находятся под нагрузкой, которую создает заводная пружина (лишь иногда, когда баланс и анкерная вилка позволяют повернуться анкерному колесу, это напряжение падает), такие немалые нагрузки, высокое контактное давление требуют применения только твердых материалов, таких как сталь, латунь, рубин. В кварцевых же часах основную часть времени детали свободны: они оказываются нагруженными лишь на короткое время, когда шаговый двигатель поворачивает колеса — и это позволяет производителям использовать при создании своих механизмов более мягкие материалы.



Corum



DeWitt



Patek Philippe Geneve



Более того, мощность, развиваемая шаговым двигателем, во много раз меньше мощности, развиваемой заводной пружины. И чтобы двигатель смог повернуть стрелки, детали кварцевого механизма должны быть как можно легче, а трение — меньше. Поэтому механизмы кварцевых часов часто делают из пластмассы: пластик легче стали, а при специальном подборе определенные виды пластика делают трение в несколько раз меньше, чем трение стали и латуни, используемых в механике. При этом некоторые часовые фирмы, выпускающие часовые механизмы, патентуют свои особенные сорта пластмасс.

Что касается камней, то здесь необходимо отметить, что в современных кварцевых механизмах они зачастую вообще отсутствуют. Дело в том, что в их установке просто нет необходимости: в механических часах камни используются только потому, что рубин тверже и лучше выдерживает контактное давление (а не снижает трение, как считают некоторые), а ведь в кварцевых часах оно не так уж велико. Впрочем, иногда камень все же устанавливается в кварцевый механизм, если он предназначен в качестве нижней опоры ротора шагового двигателя часового механизма.

## СТАНДАРТЫ ТОЧНОСТИ ХОДА СОВРЕМЕННЫХ ЮВЕЛИРНЫХ ЧАСОВ

Международные стандарты точности хода для механических и для кварцевых часов существенно различаются. Для механических допустимая погрешность составляет от  $-20$  до  $+40$  секунд в сутки. Особо точные механические часы, которые называются хронометрами (не перепутайте их с хронографами), отличаются высокой точностью хода, при которой погрешность составляет лишь несколько секунд в сутки. Соответственно для кварцевых механизмов нормальным является расхождение всего в  $+15$  секунд в месяц. Именно поэтому швейцарские производители рекомендуют кварцевые механизмы как особо точные.

Точность хода механических часов серьезно зависит от множества факторов, таких как температура окружающей среды, положение часов, износ деталей и т. д. Кварцевые часы в этом сравнении неприхотливы, надежны и долговечны, что обусловлено отсутствием в их механизме хрупких деталей, постоянно находящихся в напряжении, а также сложных механических узлов. Поэтому практически все кварцевые часы не боятся небольших встрясок и ударов. Зато кварц в большей степени страдает от воздействия, например, сильных магнитных полей. А в целом эти механизмы менее восприимчивы к тому, что может вывести из строя механику, этим и объясняется их доминирующая роль на мировом рынке.



В России механические часы пока еще не менее популярны, чем кварцевые, но по прогнозам зарубежных экспертов, в ближайшие годы доля кварцевых часов составит уже не менее 85% российского часового рынка. Здесь важно отметить, что по сложившимся часовым канонам самые дорогие, редкие коллекционные модели часов, часы luxury-класса, являются не кварцевыми,

а исключительно механическими. Да и вообще, стоимость хорошей механики, как правило, выше стоимости кварцевых механизмов: она содержит больше деталей, разных и сложных, а также требует при сборке специальной ручной настройки, тогда как основные операции по изготовлению деталей и сборке кварцевых механизмов поручаются автоматике.



|                                      |  |  |
|--------------------------------------|--|--|
| Допустимая погрешность точности хода | От -20 до +40 секунд в сутки (для хронометров – несколько секунд в сутки)    | +15 секунд в месяц   |
| Принцип действия                     | Автоматический и/или ручной завод  | Батарейка  |
| Основной рыночный сегмент            | Middle-класс; luxury-класс   | Middle-класс   |
| Сервисное обслуживание механизмов    | Обязательная профилактическая чистка, смазка и регулировка: 1 раз в 3–4 года | Обязательная профилактическая чистка, смазка и регулировка: 1 раз в 3–4 года.<br>Замена элемента питания: 1 раз в 2 года |

Для установки и крепления механизмов в часовые корпуса изготовители используют, как правило, несколько основных способов, которые выбираются в соответствии с конкретными потребностями фирмы — производителя ювелирных часов. При этом изначально часовой корпус должен быть максимально хорошо выверен геометрически и исполнен технически, так как очень важно, чтобы в результате механизм был жестко установлен в корпусе часов. О разновидностях конструкций часовых корпусов, о нескольких посадочных диаметрах механизма, а также все об установке и креплении механизмов в часовые корпуса вы сможете прочесть в следующем номере журнала.

Главный Российский Сервис-центр по ремонту, обслуживанию и экспертизе швейцарских часов luxury-класса «СЕКУНДА»  
Часовые Мастерские Двух Столиц  
Москва, Кутузовский пр., д. 43  
тел. +7 499 249-33-96  
Санкт-Петербург, Казанская ул., д. 41  
+7 812 962 80 43  
[www.cekunda.ru](http://www.cekunda.ru), [www.watch-maker.ru](http://www.watch-maker.ru)

\* *Franck Muller, с автоподзаводом.*  
\*\* *Longines.*

Продолжение следует



# Они возвращаются



*Chloe: осень-зима 2011–2012*



*Barbara de Ceredo & Tsanna by Andrew Yee, фото В. Чопаренко*



*Elie Tahari: осень-зима 2011–2012*

Традиция — великая вещь... В августе ведущие дизайнеры представили на суд почтенной публики свои осенне-зимние коллекции, и благодаря этому мир узнал, по каким законам отныне будет существовать. На сей раз на подиумах царил атмосфера 70-х годов XX века.

Оглядываясь в то время, под кажущимся его спокойствием можно рассмотреть нешуточные страсти, причем во всех сферах жизни человечества. В политике — накал «холодной войны», гонка вооружений. В экономике — с одной стороны, массовая безработица в Европе, с другой — комсомольские стройки СССР. В культуре — тотальная битломания, развитие стилей диско и рока, зарождение панк-культуры, возникновение

молодежной группировки скинхедов и расцвет движения хиппи. А что же в моде? Ни одно десятилетие на протяжении прошлого столетия не может соперничать с 70-ми годами по разнообразию стилей и направлений. Пасторальный романтический стиль спокойно соседствует с этническим и ярким, на грани китча, стилем диско. В 70-х же родился так называемый диффузный стиль в одежде — эклектика чистой воды, сочетание несочетаемого.



*Trifari: 1970-е*



*Trifari: 1970-е*



*Trifari: 1970-е*



## ШЛЯПНЫЙ СЕЗОН

Возможно, во всем виноваты королевские свадьбы, но шляпы вернулись на подиум и стали одним из главных фетишей дизайнеров. Осенний ансамбль выглядит незаконченно, если вы не надеваете соответствующий по стилю головной убор. И потому дизайнеры предлагают огромное количество фасонов: шляпки-таблетки от Marc Jacobs, широкополые шляпы от Tommy Hilfiger, бархатные короны от Vivienne Westwood — смесь войлока, блесток и меха, преобразованное Prada в шапочки-шлемы. Burberry надел на своих моделей плоские кепи с принтом, превратив их в мальчиков-пекарей, а Louis Vitton с фуражкам в стиле *top colonel* — в посылных.

Многим могло показаться, что широкополые головные уборы вышли из моды, когда женщины стали водить авто, однако сейчас по капризу дизайнеров тенденция на большие, эффектные шляпы вновь возвращается.

### Ювелирные тренды

Как все это увязывается с ювелирными трендами? Брошь — отличный аксессуар для головного убора и беспорный хит сезона. Многие дизайнеры предлагают дополнить шляпы украшениями — в коллекции Lanvin козырьки кепок усыяны полудрагоценными камнями, шляпы, шапки и береты непременно сопровождают приколотые к ним броши с драгоценными камнями. После королевских свадеб, прошедших этим летом, многие невесты, планируя свадебную прическу, хотят добавить в нее диадему. Этот аксессуар, как никакой другой, позволяет невестам почувствовать себя настоящими принцессами. Диадема вновь захватила модные салоны, ювелиры же создают совершенно различные модели, в том числе и вполне доступные по цене. Современная диадема может быть любой: маленькой, большой, украшенной множеством камней, жемчужин или просто металлическим плетением. Главный посыл сезона — тренд непокрытой головы, актуальный год назад, уходит в прошлое.

Marc Jacobs:  
осень-зима  
2011-2012



Sangam Chains  
Exclusive



Chanel



Burberry: осень-зима 2011-2012

## НА ШЕЕ МЕЛКИХ ЧЕТОК РЯД...

От моды можно ожидать чего угодно, в этом сезоне она, похоже, решила в самом прямом смысле взобраться к нам на шею и свеситься оттуда великолепными каскадами бус и ожерелий. Практически на всех показах царит безумие украшений. Шеи манекенщиц закованы в чокеры, их обвивают жемчужные ожерелья либо бусы из пластика, заполненные гелем.

### Ювелирные тренды

В этом сезоне многие дизайнеры создали поистине дерзкие украшения: огромные, красочные и необычные — украшения, которые будут выделяться, кричать о себе, а не просто дополнять наряды модниц. Крупные браслеты, экстрадлинные серьги, экстравагантные ожерелья — все это будет очень модно в осенне-зимнем сезоне.



Michael Kors: осень-зима 2011-2012



фото: Inhorgenta



## ...И ОЖЕРЕЛИЙ ВОДОПАД

Ожерелья разнообразны и актуальны, как никогда. К примеру, у Аппа Суи позолоченные цепочки в виде крупных легких колечек соединены в несколько рядов сверкающего ожерелья и украшены металлическими золотистыми сердечками. Очень модны длинные ожерелья из жемчужных нитей либо смеси жемчуга и длинных цепочек из золота или серебра. У Chanel мы видим достаточно традиционные для этого Дома моды длинные нитки ровных по размеру жемчужин с подвеской в виде грозди более крупных овальных жемчужинок, а у Graziano — одинокая тонкая и очень длинная цепочка, на которую нанизаны редкие крупные бусины. Плоская серебряная Cartier цепочка «змейкой» украшена единственной крупной жемчужинкой в качестве подвески.

Важно помнить — чтобы носить такие ожерелья, вы должны подбирать свой наряд к украшениям, а не украшения к одежде, как было прежде.

*Stefan Hafner*

*Donna Karan: осень-зима 2011-2012*

## ЦАРСТВО МЕТАЛЛА

Абсолютным хитом последних нескольких сезонов являются металлические украшения. Металл хорош тем, что он прекрасно сочетается со всеми цветами и фактурами ткани, поэтому носить подобные аксессуары можно практически со всем, отталкиваясь только от стилистической направленности наряда. В моде объемные, но при этом легкие ювелирные украшения, выполненные исключительно из металла — серебра или золота, чаще всего желтого, но иногда и белого цвета. Речь идет о браслетах, чокерах, ожерельях и подвесках. В осенних и зимних нарядах контрастность холодных металлических аксессуаров и мягкого трикотажа или уютных мехов выглядит особенно привлекательно. А объемные из белого золота или серебра кольца в сочетании с минималистским пиджаком или пальто придадут наряду ледяную изысканность.

*Фотосессия Kate Moss для британского Vogue*



*Calgato*



*H. Stern*



*Victor Mayer*



# ЭКЗОТИКА ГОРОДСКИХ УЛИЦ

Эта тенденция для тех, кто смело смешивает различные элементы: украшения с изображением змей, слонов, цветов, птиц, в виде листьев и монет — являются одними из самых популярных составных микса. Задача владельца — объединить украшения в оригинальную форму, и тогда наряд приобретет неповторимое настроение, станет отпечатком вашей личности. Более того, ювелиры всего мира подхватили этот модный тренд, выпуская украшения, имитирующие форму животных. Особой популярностью пользуются леопарды и пантеры, которые то и дело вскакивают на пальцы знаменитостей.



Giorgio Armani: осень-зима 2011-2012



ГОЛЛИВУДСКИЙ ШИК

Витиеватые плетения, рисунки на крупных вставках и даже кольца, надетые на разные фаланги пальцев, — каноны стиля всецело заданы оригинальностью модели. Чрезвычайно популярны кольца, покрытые горячей эмалью, а выразительные кольца с одним большим камнем надевают теперь не только на вечеринки.



Ирина Перфильева,  
кандидат искусствоведения, ведущий научный сотрудник НИИ РАХ

# Мария Александровна Тоне

Творческий путь Марии Александровны Тоне — уникальное в своем роде явление в отечественной художественной культуре середины и второй половины XX века. Почти шесть десятилетий, с конца 1940-х и до конца 1990-х годов, она соединяла в себе два, казалось бы, несовместимых рода деятельности. С одной стороны, художник на производстве, где все зависит от технико-технологических возможностей предприятия. С другой — свободная авторская работа, регулярное участие в самых разнообразных художественных выставках в России и СССР. Но и в начале нового столетия ее творческая энергия нисколько не утратила своей жизненной силы.



Портрет М. А. Тоне

**М**ария Александровна пришла в искусство почти случайно. Ее родители в своих профессиях не имели никакого отношения к искусству. Но это была интеллигентная семья, живо интересовавшаяся разными видами художественной культуры. «Отец был удивительно талантливым актером-любителем. Он участвовал во многих любительских спектаклях в Одессе и нередко подменял профессиональных актеров во время гастролей. Мама потрясающе вышивала — даже портреты»<sup>1</sup>. Но родители смотрели на жизнь реалистично и мало чем могли помочь дочери. Однако мама всегда поддерживала ее. Так, вольно или невольно, они воспитывали у девочки самостоятельность и ответственность за свои решения и поступки.

Отец не знал, что, поступив в 1940 году, накануне войны, по его настоятельному совету в Московский инженерно-строительный институт, она одновременно без всякой специальной подготовки поступила и в Московский институт прикладного и декоративного искусства (МИПИДИ). И только проучившись год в двух вузах и сдав все экзамены, она почувствовала себя увереннее и объявила родителям о своем окончательном выборе профессии художника. Здесь впервые так явно проявился ее удивительный характер. Она никогда не тратила силы на шумную борьбу и умозрительные доказательства своей правоты. Напротив, тихая начитанная девочка, родившаяся и выросшая в селе Саврань Одесской области и в десятилетнем возрасте, в 1932 году, привезенная в Москву, внешне как будто смиренно подчинялась предлагаемым жизнью обстоятельствам.

И вот Мария Тоне — студентка Московского художественного вуза. Но началась война, МИПИДИ эвакуируется в Среднюю Азию. Туда же, в Самарканд, едет и она. И здесь художественная школа вуза сопрягается с суровыми буд-





*Чернильный  
прибор. НИИХЛ.  
1952*

нями тылового города. Сюда были эвакуированы многие деятели советской культуры и искусства. Педагогами были такие мастера советского изобразительного искусства, как В. А. Фаворский, воспитывавший у студентов сдержанность и выразительность художественного языка, Р. Р. Фальк, учивший их цветом выстраивать пространство, Н. Г. Зеленская, которая основала в Фергане уникальную керамическую мастерскую. Здесь вместе с выдающимися мастерами советской керамической скульптуры работали и учились работать студенты МИПИДИ. И конечно, Мария Тоне была среди тех, кто тянулся к живому, рождающемуся на глазах в тяжелейших условиях военного времени жанру скульптуры.

Многое почерпнула М. Тоне из этих уроков формотворчества. Ее учителя — мастера советского искусства периода наивысшего его расцвета, хорошо знакомые с принципами школы Баухаус, организаторы и преподаватели ВХУТЕМАСа — первого в Советской России художественного вуза. Благодаря общению с ними Мария Тоне получила в МИПИДИ не только классическое художественное образование, но и навыки художественно-проектной, дизайнерской работы для промышленного предприятия. Здесь она научилась мыслить масштабными категориями, воплощая их в малых формах.

Со временем она сформулировала свой опыт в творческом кредо: «Лаконичность, простота и выразительность, пластичность и ясность форм, монументальность даже в мелких вещах». Но это был не только творческий, но и жизненный опыт.

Трудно было дожидаться похвалы от В. А. Фаворского. Всегда сдержанный, собранный, он более был склонен к критической оценке работ студентов, нежели их поддержке похвалами. Видимо, считая, что все это внешнее, привходящее, Фаворский сосредоточивал их внимание на сугубо профессио-

нальных проблемах. Так, по воспоминаниям Марии Александровны, он отбирал у студентов все краски, кроме черной, и ставил задачу создать живописную композицию. Можно только догадываться, какое значение имела для ученицы высказанная однажды похвала учителя.

Р. Р. Фальк не столько учил, сколько увлекал студентов, заражая их реминисценциями авангардных художественных направлений первой четверти XX века, времен своей мятежной творческой юности.

А с керамикой ситуация сложилась уж совсем трагически. Работая в неотапливаемой зимой мастерской Зеленской, Мария Тоне отморозила руки, и занятия керамикой пришлось оставить. Деньги на хлеб студентка зарабатывала уроками рисования в местной школе и написанием портретов на заказ. Но о той роли, которую в формировании ее творчества сыграла скульптурно-керамическая мастерская в Самарканде, говорит неожиданное для близких обращение к скульптуре во время декретного отпуска в 1950 году, когда художница вырезала из кости чудную миниатюрную скульптуру «Узбек на ослике».

По окончании института в 1946 году Мария Александровна получила распределение на работу в Институт художественной промышленности в Москве. Так молодая художница с классическим художественным образованием, ученица выдающихся мастеров авангардного направления советского изобразительного искусства оказалась в сфере промышленного производства и народных художественных промыслов.

Сначала она была в ужасе, ею овладела тоска. Но вскоре втянулась в работу, во многом благодаря стойкости характера, отношению к любой работе как к службе; взялась — должна выполнить. И выполнила. С годами она глубоко проникла в суть народного искусства, понимая его шире, как часть

национальной художественной культуры, развитие древнерусской традиции.

Тогда же сложился ее замечательный афоризм: «Не смотри, что я маленькая, я внутри очень большая». И действительно, в этой маленькой женщине открылся замечательный многогранный большой художник. Личность яркая, талантливая, незаурядная, она не растворилась в рутинной работе над созданием образцов для предприятий народных художественных промыслов. Каждое «задание» она воспринимала как новую для себя творческую тему. А уж какими они были разными и специфичными, это знают только те, кто работал в системе Министерства местной промышленности РСФСР — от панно и значков, сувенирных пепельниц до изделий из цветного поделочного камня и истинно ювелирных изделий из серебра с черной и расписной эмалью. И каждый раз, прежде чем приступить к непосредственному заданию, М. Тоне всесторонне изучала тему, какой бы «пустой» она подчас ни казалась ей. Перечитывались и пересматривались горы книг и журналов в богатом собрании библиотеки НИИХП, делались зарисовки в музеях и на выставках. И только после того как идея окончательно созревала и оформлялась в проект будущего изделия, она выносилась на художественный совет НИИХП. Поэтому все работы Марии Александровны всегда принимались с первого рассмотрения.

Коллеги по работе в НИИХП высоко оценивали ее безупречный вкус, высокую культуру. М. А. Тоне имела огромный авторитет благодаря редкому дару — умению оставаться собой в любых обстоятельствах. Она никогда не работала в конъюнктурных темах, обусловленных сиюминутной актуальностью. Ей всегда удавалось выдерживать необходимую дистанцию, находить неординарные, не лежащие на поверхности решения. Поэтому коллеги по цеху всегда и безусловно воспринимали нестандартные произведения художницы, признавая априори ее право на свой стиль.

Благодаря чрезвычайно ответственному отношению к работе и преданности делу у нее выработалась особая творческая гибкость. Ее не сковывали, но лишь дисциплинировали скромные художественно-технические возможности предприятий народных художественных промыслов.

В 1940-х и начале 1950-х годов художница, по ее собственному определению, предпочитала классический стиль — строгость и стройность ампира, пользовавшегося особым вниманием в советском официальном искусстве тех лет. В этот период она много и плодотворно работала над созданием образцов изделий из камня для предприятий Горьковской, Куйбышевской и Пермской областей. Это архитектурные композиции интерьерных изделий из кальцита и гипсового камня. В их художественно-образном решении художница исходила из традиций русского классицизма в работе с цветным поделочным камнем. «Волшебная красота камня, разнообразие и богатство красок, пластические возможности делают его ценнейшим материалом для художника. Камень — сама природа, а прекраснее ее нет ничего», — писала Мария Тоне в 1993 году<sup>2</sup>. Она умела увидеть и преподнести зрителю любой камень — скромной или богатой текстуры, красочный или сдержанный по цвету. Декор с советской символикой деликатно вписывался в него, не разрушая гармонии монументальных форм письменных приборов «сталинского ампира».

Она работала в эти годы и в жанре камерной анималистической скульптуры из мягкого камня.

В 1954 году в СССР широко праздновалось историческое событие — 300-летие воссоединения Украины с Россией. В НИИХП по этому случаю был разработан официальный подарок Украине — фруктовый сервиз, состоящий из центральной двухъярусной вазы (авт. Пономарькова) и 16 серебряных с позолотой тарелок с изображением гербов союзных республик (авт. Гуслякова, Тоне, Кузнецова). Вероятно, тогда же, во время работы над оформлением тарелки с гербом РСФСР, Мария Александровна впервые соприкоснулась с техникой черни. Во всяком случае, невозможно не заметить,



Скульптура «Птица». НИИХП. 1950-е

Справа внизу:  
Подарочный фруктовый сервиз к 300-летию  
воссоединения Украины с Россией. НИИХП.  
1954. Пономаренко, Гуслякова, Тоне,  
Кузнецова. Серебро, чернь, позолота.  
Тарелка с гербом РСФСР из этого сервиза

Письменный прибор. НИИХП. 1952.  
Кальцит





как разительно отличается композиционное решение национального орнамента от того, что делалось в те же годы в артели «Северная чернь». Коллективу художников ИХП, в числе которых была М. Тоне, удалось вернуть искусству черного орнамента его конструктивное значение. Напряженный ритм узора из цветов мака и шишек хмеля, выходящего по углубленному позолоченному фону на борту тарелки «РСФСР», не только гармонично сочетается с формой, но и подчеркивает ее пластичность.

В конце 1950-х годов стилистика произведений художницы заметно меняется. И дело здесь не только в общей смене художественных ориентиров, последовавших за известным Постановлением ЦК КПСС и Совмина СССР «Об устранении излишеств в проектировании и строительстве» (1955). Мария Тоне, как, может быть, не многие из ее коллег по цеху, благодаря образованию и самодисциплине оказалась внутренне готова к переменам.

В туалетном приборе из гипсового камня, выполненном Марией Тоне в соавторстве со скульптором

*Туалетный прибор. НИИХП. 1954.  
Е. В. Николаев, М. А. Тоне.  
Гипсовый камень*



**...Она соединила в себе два, казалось бы, несовместимых рода деятельности. С одной стороны, художник на производстве, где все зависит от технико-технологических возможностей предприятия. С другой — свободная авторская работа, регулярное участие в самых разнообразных художественных выставках в России, СССР и за рубежом.**





Кулон овальной формы  
с пейзажным мотивом. Конец  
1960-х – 1970-е. НИИХП для  
ф-ки «Ростовская финифть».  
Финифть, медь, серебрение



Рисунки для  
броши.  
1950-е. НИИХП  
для ф-ки  
«Ростовская  
финифть».  
Бумага, акварель

Евгением Николаевым в 1957 году, та же архитектура форм, та же конструктивность композиционного построения, та же деликатность в подаче материала. Но вместе с тем появляется особая изысканность и изящество мысли, которые в дальнейшем отличают все без исключения — и тиражные и уникальные — выставочные произведения Марии Тоне. Здесь впервые отчетливо проявляются конструктивистские принципы ее дальнейшего творчества. Говоря о взаимоотношении металла с камнем, художник отмечает его замечательные свойства в качестве дополнения: «Его особая пластичность, многообразие способов металлообработки: ковка, литье, чернь, эмаль, зернь и другие — открывают широкие просторы для творчества»<sup>3</sup>.

В начале 1950-х годов НИИХП начал активную творческую работу с небольшим коллективом (несколько живописцев и ювелиров-сканщиков) финифтяного цеха 1-й Механической артели в Ростове Великом. Этот ювелирно-эмальерный центр, художественным руководителем которого в 1920-е годы был С. В. Чехонин, в послевоенный период выпускал только массовую продукцию — броши и зеркальца, украшенные видами Крыма и Кавказа, а также цветочным орнаментом. Фабрика уже давно перешла от эмалевых красок, с которыми работал С. В. Чехонин, к более удобным в массовом производстве фарфоровым краскам. «Эти изображения, — писал И. М. Суслов, — отличаются грубостью и примитивностью техники росписи, пестротой колорита и явным несоответствием с формой предметов»<sup>4</sup>. Фактически были утрачены навыки виртуозной выразительной декоративной эмальерной миниатюры, принесенные профессиональным художником, мастером графики, стремившимся к созданию в расписной эмали особого языка.

Мария Александровна участвовала в работе ювелирно-эмальерного центра с самого ее начала. Первые комплекты ювелирных изделий были разработаны и созданы ею уже в 1954 году — кулоны, брошь, браслет и ожерелье. Мария Тоне изучила и поняла

ход творческой мысли С. Чехонина, и на протяжении всего периода сотрудничества с фабрикой «Ростовская финифть» пыталась адаптировать коммерчески выгодные фарфоровые краски к художественно более выразительному языку росписи эмалями, вернуть «ростовской расписной эмали» 1950-х годов выразительную декоративность изделий 1920-х годов. Она отказалась от живописной размашистости кистевого письма, ввела цветной фон, контрастно сочетающийся с энергичной, выразительной графической росписью. Четкий штриховой и точечный рисунок, выполненный черным или коричневым тоном, органично сочетается со сканным обрамлением. А мажорно звучащие вкрапления ярких цветов не только придают росписи нарядность, но и создают ощущение глубинности пространства предметной формы. Если С. Чехонин основывался на своем опыте художника-графика, применяя его и в фарфоре и в эмали, то Мария Тоне апеллирует к традициям русской иконописи с ее условностью, декоративностью и завораживающей выразительностью, когда невозможно оторвать глаз от композиции в целом, хочется бесконечно погружаться в ее созерцание.

Не станем лукавить, говоря, что тема «расписной эмали» захватила художника. Однако «по долгу службы» она работала с мастерами фабрики «Ростовская финифть» на протяжении нескольких последующих десятилетий, вплоть до 1980-х годов, создавая для них образцы и проводя творческие семинары. И, оставаясь верной некогда выработанному приему декоративной миниатюрной росписи по эмали, каждый раз создавала новые, стилистически созвучные художественным требованиям времени произведения.

#### Примечания

<sup>1</sup> Из воспоминаний дочери художника А. Г. Тоне.

<sup>2</sup> Архив И. Ю. Перфильевой. Рукопись. Анкета художника М. А. Тоне. 05.08.1993 г. С. 2.

<sup>3</sup> Там же. С. 2.

<sup>4</sup> Суслов И. М. Ростовская финифть // Разина Т. М., Суслов И. М., Хохлова Е. Н., Гореликов Н. С. Русский художественный металл. М., 1958. С. 25.

Брошь и серьги.  
Нач. 1960-х.  
НИИХП для ф-ки  
«Ростовская  
финифть».  
Финифть, медь,  
серебрение

#### Продолжение следует





# Авторское ювелирное и камнерезное искусство Урала и Сибири постсоветского периода (1990–2010 годов)

Авторское искусство представляет собой предметы ювелирного искусства, имеющие конкретного автора-художника. Авторское искусство существовало и в СССР, по линии творческих союзов художников проводились выставки, членам Союза художников даже разрешали работать с драгоценными металлами.



**К**апиталистический рынок, пришедший на замену плановому советскому производству, революционно изменил положение в ювелирном искусстве. Массовое производство, противопоставляемое индивидуальному мастерству, возродилось на базе разрушенной ювелирной промышленности СССР, в стране появилось невиданное в советское время число ювелиров-индивидуалов, незначительная доля которых является членами Союза художников и творческих союзов. Их работы представлены на многочисленных выставках-ярмарках. Произведения таких мастеров обходятся дороже, чем изделия больших предприятий, поскольку исполняются в одном экземпляре. Здесь уместно напомнить максимум короля Эдуарда VII, важнейшего заказчика фирмы Фаберже: «Король не должен иметь копий». За индивидуальность и качество платит клиент.

Первой теме «авторского ювелирного искусства» подняла исследователь Г. Н. Габриэль (ныне профессор Академии культуры, СПб) в диссертации 2002 года. Автор декларировала:

«В середине 50-х годов прошлого века в мировом и отечественном ювелирном искусстве начались важные процессы, обусловившие его развитие в последующие десятилетия. Как реакция на засилье серийной промышленной продукции, консервативно ориентированной на образцы и стили предшествующих эпох, альтернативно возникает авторское ювелирное искусство, или как его еще называют „новое ювелирное искусство“».

Основной целью направления стало творческое самовыражение художника, создающего уникальное ювелирное произведение. При этом он может обращаться к самым разным, часто нетрадиционным для ювелирного искусства материалам, использовать новые приемы их обработки, искать свежие, порой парадоксальные конструктивные решения для наиболее полного раскрытия своего творческого замысла.

Под произведениями авторского ювелирного искусства обычно подразумевают уникальные, единичные вещи или авторское же их повторение. Они не рассчитаны на массовое тиражирование, хотя отдельные творческие идеи и находки, чаще всего в адаптированном виде, использовались в массовом производстве. Авторские ювелирные изделия могут использоваться как утилитарные, функциональные вещи, однако в первую очередь они рассчитаны на выставочную, музейную среду».

Среди исследований последних лет, непосредственно посвященных изучаемому периоду, следует отметить диссертацию И. Ю. Перфильевой «Русское ювелирное искусство второй половины XX века».

В. Зеленцов, Новосибирск. Брошь «Лотос», золото 750, бриллианты, эмаль витражная, внемчатая



РОССИЙСКИЙ  
ПРОИЗВОДИТЕЛЬ  
ТОРГОВОГО ОБОРУДОВАНИЯ  
ДЛЯ ЮВЕЛИРНЫХ САЛОНОВ



телефон: (843) 545 10 74  
e-mail: [chromos@mail.ru](mailto:chromos@mail.ru)  
г. Казань, ул. Васильченко, 1

[www.chromos-kazan.com](http://www.chromos-kazan.com)

РАБОТАЕМ СО ВСЕМИ  
РЕГИОНАМИ РОССИИ

реклама

Основные художественные тенденции и направления» (М., 2000), где впервые в отечественном искусствознании автор ставит задачу исследования истоков и путей формирования концептуально новых направлений в отечественном ювелирном творчестве, прежде всего неоионизма и конструктивно-пластического направления. Исследование проводится на широком историко-культурном фоне, во взаимодействии ювелирного дела с современным изобразительным искусством и постмодернистской культурой. Основной предметной базой диссертанта является творчество московских ювелиров второй половины XX века.

Проблема есть, явление существует, но оно не описано искусствоведами, не имеет количественной и качественной оценки. Не выявлены тенденции развития явления, его динамика, прогнозы развития, качественные преобразования. Мы не можем сказать, какова будет доля авторского, студийного ювелирного искусства в будущем. Можно провести параллели с кинематографом: там также существует авторское кино, имеющее в основе самовыражение личности, индивидуума, и мейнстрим — успешные прокатные фильмы, создающиеся для коммерческих целей. Безусловно, большей популярностью во всем мире пользуется жанровое кино, однако именно арт-синема переносит кино в ранг искусства... Какое-то время оба течения мирно сосуществовали, трещина наметилась, когда авторское кино стало отходить от мейнстрима и ушло так далеко, что сама задача искать контакт с публикой была поставлена под вопрос.

Те же тенденции видны во многих сферах декоративно-прикладного искусства, в том числе и в ювелирном. В далеком от нас 1913 году журнал «Столица и Усадьба», позиционирующий себя как «журнал красивой жизни», декларировал: «...Красивая жизнь доступна не всем, но она все-таки существует, она создает те особые ценности, которые станут когда-нибудь общим достоянием».

Поскольку различия во времени представлены различиями в пространстве, мы выбрали для аналитического разбора ситуации авторское ювелирное и камнерезное искусство Урала и Сибири. Изучая проблему, автор предпринял несколько поездок в эти регионы, проехав в 2009 году по маршруту Транссибирской магистрали до Владивостока, а в 2010 году до Иркутска, посетив города Киров, Екатеринбург, Омск, Новосибирск, Красноярск и Иркутск.

Как известно, Международный фонд Карла Фаберже через Почетного председателя Татьяну Фаберже объявил 2010-й «годом Михаила Перхина», учредив награду фонда, посвященную 150-летию со дня рождения великого мастера фирмы Фаберже. По числу лет юбилея было решено вручить 150 таких наград. Одно из положений фонда предполагало соблюсти справедливость при региональном распределении наград. Предполагалось определить лучших мастеров постсоветского периода, то есть от времени распада СССР (август — декабрь 1991-го) до 2010 года.

В Уральском, Сибирском и Дальневосточном федеральных округах проживает почти 40 млн человек. В Уральском округе население составляет 12,6 млн, на территории СФО — 20,5 млн человек (14,3% от населения России), в Дальневосточном — 6, 7 млн человек (данные 2002 года).

Столь же неравномерно распределено число ювелиров по округам. Нами было проведено специальное исследование, была подвергнута анализу информация из профессиональной периодической печати: журналов «Русский Ювелир», «Ювелирное Обозрение», «Ювелирная Россия», «Навигатор ювелирной торговли», «Графо-Плatinum»; электронной газеты «Русская Ювелирная сеть», каталогов ювелирных выставок-ярмарок, каталогов музеев, итоговых документов конкурсов ювелирного искусства, таких как «Ювелирный Олимп» (Выставочное объединение «Мир Камня», Санкт-Петербург), персональных каталогов художников, материалов научных конференций



музеев, colloquium «Ювелирное искусство» в Государственном Эрмитаже, материалов Всероссийского музея ДПИ и народного искусства, ответов из провинциальных музеев на запросы автора. Часто такие запросы ставили сотрудников музеев в затруднительное положение (в Хабаровске, Кемерово, Новокузнецке, Владивостоке, Чите), так как последние 20 лет пополнения коллекций ювелирного искусства практически не было из-за отсутствия финансирования. Музейщики боятся работать с изделиями из драгоценных металлов и камней, а даров в музей практически нет. Следует отметить, что в постсоветской России и на постсоветском пространстве нет монографических исследований и справочников, фиксирующих состав ювелиров-художников. «Золотая кладовая» есть только в Омском художественном музее и Екатеринбургском музее истории камнерезного и ювелирного искусства, а, к примеру, в художественных музеях Новосибирска, Барнаула, Красноярска, Иркутска и других отсутствует.

Региональный принцип награждения оказался совершенно оправданным. Было выявлено возникновение новых ювелирных центров в современной России, зачастую возрожденных, таких как Иркутская ювелирная школа. Здесь усилиями проф. Л. М. Лобацкой при Иркутском политехническом университете (Технический университет) более десяти лет производится подготовка ювелиров с высшим образованием, дается прекрасная выучка по камнерезному искусству. Развитие новых ювелирных центров в Новосибирске, Красноярске, Барнауле, Краснодаре, Таганроге, Казани и других городах является некоей компенсацией потери группы мощных украинских и закавказских заводов, которые производили половину всего объема ювелирной



*Наталья  
и Аркадий  
Лодьяновы,  
Иркутск. Печать  
«Муравья  
красавка».  
Белый нефрит,  
зеленый  
нефрит, нирон,  
турмалин,  
золото,  
позолоченное  
серебро,  
красное  
дерево, резба,  
грабировка*

отрасли СССР. При посещении северной линии Транссибирской магистрали, или как говорили на рубеже XIX–XX вв., «Великого Сибирского пути», была выявлена группа кандидатов на награду, которую можно считать референтной группой. Это были представители ювелирного бизнеса, а не только ювелиры-художники. В группу, творчество которой было изучено, вошли 34 человека, в том числе ювелир С. Квашнин из Кирова, художник-камнерез А. В. Овчинников из Кунгура Пермской области (Заслуженный учитель РФ). В Екатеринбурге: ювелиры Б. Н. Харитонов (1938–2009; Заслуженный художник РФ, кавалер орденов К. Фаберже и А. К. Денисова-Уральского), проф. Н. Д. Кузнецова (член Союза художников). В. Д. Хахалкин, С. А. Пинчук, В. В. Бобров, камнерезы А. И. Жуков, А. Н. Антонов (члены Союза художников РФ, оба кавалеры профессионального ордена А. К. Денисова-Уральского, награды Мемориального фонда Фаберже. В Омске: Ольга и Владимир Крышковец. В Новосибирске: В. К. Павлов (кавалер ордена К. Фаберже), М. Балдин, В. Зеленцов, Д. Мертвецов, камнерез Д. Готов (1964–2008). В Барнауле: Е. Александров. В Горно-Алтайске: камнерез Трофимов. В Томске: ювелир А. Э. Дюсьметов. В Ангарске: Д. Л. Коршенбойм, О. В. Селиванчук. В Иркутске: ювелиры Аркадий и Наталья Лодьяновы (Заслуженные художники РФ), Д. Беломестных, скульптор и ювелир Д. Надаков, камнерезы Н. Бакут (член Союза художников, кавалер ордена А. К. Денисова-Уральского) и В. И. Крюков (кандидат геолого-минералогических наук, председатель Творческого союза камнерезов



*Ольга и  
Владимир  
Крышковец,  
Омск. «Колесо  
фартуны»,  
серебро,  
хрусталь*



Владислав Храмцов. Ожерелье и кольцо из гарнитюра «Дожди». 1994-1995. Серебро, льдистый и розовый кварц, морион, празел, цитрин, альмандин, кремний



Владислав Храмцов. Браслет из гарнитюра «Был-небыль». 1997. Мельхиор, никель, дерево, кость, морион, цитрин



Борис Харитонов. Флакон для духов. Золото, бриллианты, нефрит



Леонид Устьянцев. Брошь-кулон «Оттепель». 1979. Серебро, горный хрусталь



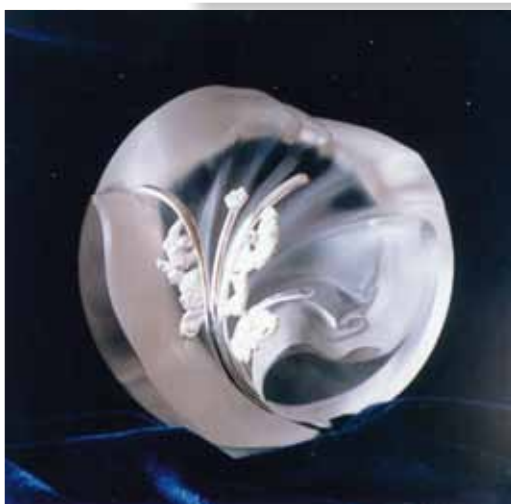
Владимир Устюжанин. Гарнитур «Аве Мария». 1994. Серебро, чароит, аметисты, перунит

Владимир Устюжанин. Гарнитур «Хорошее настроение» (чирвана, серьги). 1987. Нейзльдер, малахит, цитрины



Борис Харитонов. Шкатулка «Сокровища России». Золото, бриллианты

Анатолий Жуков. «Унесенные ветром». 1998. Кварц, долерит, топаз, серебро; резьба



Леонид Устьянцев. Снежный зверек. 1994. Серебро, халцедоновая щетка



и ювелиров Восточной Сибири). В Улан-Удэ: Д. Будажабэ (член Союза художников). Отметим, что представители Кирова и Кунгура формально не входят в состав региона Уральского федерального округа, но находятся на линии Транссиба.

Кавалерами ордена М. Перхина стали также представители ювелирного дела: проф. Н. И. Тимофеев, В. Чуркин (руководитель компании «Ювелирный Дом»), Ю. Крутеева (маркетолог компании «Ювелирный Дом», член Союза писателей), проф. Л. Ю. Салмин (кафедра ювелирного искусства Академии архитектуры, основатель журнала «Графо-Платинум») и Л. Левицкая (шеф-редактор журнала «Графо-Платинум») — все из Екатеринбурга; руководитель производственно-торговой ювелирной фирмы В. И. Бурда из Красноярска и М. В. Баборина — руководитель торгового дома «Алмаз» (Иркутск).

В 2010 году в Екатеринбурге в Музее истории камнерезного и ювелирного искусства была открыта выставка «Авторское ювелирное и камнерезное искусство Урала и Сибири постсоветского периода (1990—2010)». Надо отметить, что только уральские музейщики постоянно устраивают подобные выставки, в Петербурге и Москве подобных выставок произведений ювелиров последних десятилетий нет, как нет и музейных помещений для ювелиров и камнерезов.

Ретроспективный раздел выставки рассказывает о 1950—1960-х годах — времени формирования современного уральского ювелирного искусства. Природная красота камня, являющаяся доминантой, в сочетании с яркой образностью — отличительные черты произведений уральских ювелиров Л. Ф. Устьянцева, В. М. Храмцова, М. М. Лесика, В. Ф. Ветрова, В. Н. Устюжанина, Н. Д. Кузнецовой, В. Е. Денисова, В. Н. Шицалова и многих других авторов, чьи работы легли в основу раздела экспозиции «Современное ювелирное искусство Урала».

На выставке представлено около 100 произведений, позволяющих проследить становление и развитие ювелирного искусства Урала за 50-летний период.

В 1961 году на Свердловской ювелирно-гранильной фабрике (с 1972-го — СЮЗ) была организована первая творческая группа, занимавшаяся созданием новых образцов. В состав группы вошли мастера, оказавшие большое влияние на формирование уральской ювелирной школы: Б. Гладков, В. Храмцов, Л. Устьянцев. В 1970-е годы стали работать В. Комаров, М. Бабин, М. Лесик, позднее В. Устюжанин, С. Пинчук. Традиционным драгоценностям они противопоставили авторское искусство, концепция которого переосмыслилась с не утратившим актуальность постулатом Коко Шанель: «Главное не ценность материала, а композиция, колорит, орнамент, то есть творчество».

Выставка состоит из двух условных разделов: ретроспективного и современного. Период 1960-х — 1980-х годов представлен произведениями мастеров из музейных фондов (Екатеринбургского и Нижнетагильского музеев изобразительных искусств, Музея истории камнерезного и ювелирного искусства Екатеринбурга) и частных собраний. Особенностью этих работ является формообразование на основе камня. Первоначально произведения строились на сочетании уральского минерала и традиционной скани (В. Комаров, М. Бабин), затем организующая роль отводится цветному камню, который подкашивает образ (В. Храмцов, Л. Устьянцев, В. Сочнев).

Урал — центр России, средоточие русского духа. Уральская столица Екатеринбург, в отличие от космополитичных Петербурга и Москвы, имеет свои родовые творческие традиции и особенности. Для местных мастеров приоритетной является национальная идея. Строгая последовательность, которую можно было бы определить как «уральский классицизм», сочетается с бережно хранимыми народными мотивами, уральским видением древне-, старо- и новорусского стилей.

# ЮвелирЭКСПО

12 Всероссийская специализированная выставка



- Ювелирные изделия
- Бриллианты, драгоценные и полудрагоценные камни
- Столовые приборы в ювелирном исполнении
- Элитные подарки • Часы
- Бижутерия • Изделия из янтаря и бронзы
- Авторские работы

1-5 ДЕКАБРЯ '11

23-26 ФЕВРАЛЯ '12

ВОЛГОГРАД  
ВК «ЭКСПОЦЕНТР»

реклама

Организатор



Выставочный центр «ВолгоградЭКСПО»

Тел./факс: (8442) 55-13-16

[www.volgogradexpo.ru](http://www.volgogradexpo.ru)

Генеральный  
информационный спонсор

Официальный ювелирный партнер  
**ЭКСПО ЮВЕЛИР**

15 - 20 ноября 2011

Екатеринбург, КОСК "Россия", Высоцкого, 14

# Урал Ювелир

11-я Российская ювелирная выставка

Организатор:

ФЕДЕРАЛЬНЫЕ  
УНИВЕРСАЛЬНЫЕ  
ВЫСТАВКИ



Конкурс произведений  
современного ювелирного  
искусства

Основные номинации  
конкурса:

“Новая форма”,  
“Стилевая линия”

**Приглашаем принять участие!**

Тел./факс: (343) 355-00-49, 355-01-49  
e-mail: [uvelir@unexpo.ru](mailto:uvelir@unexpo.ru), [www.unexpo.ru](http://www.unexpo.ru)



# С ДНЕМ РОЖДЕНИЯ!

## ОКТЯБРЬ

- 2 октября** Маслов Аркадий Васильевич, директор оптово-розничного центра «Златая цепь»  
ОАО «Красцветмет»
- 2 октября** Ялунин Андрей Анатольевич, генеральный директор ЗАО «ПКФ «Эрми» Ринго™
- 4 октября** Авакян Сергей Грачевич, генеральный директор ювелирного завода «Адамант»
- 4 октября** Раджеш Ганди, генеральный директор ООО «Чорон Даймонд»
- 8 октября** Соколов Павел Борисович, генеральный директор ООО «Соколов»
- 8 октября** Шкадов Максим Александрович, генеральный директор ОАО «ПО «Кристалл»
- 31 октября** Чернова Вера Васильевна, заместитель директора по дизайну ЗАО «Каст»

## НОЯБРЬ

- 1 ноября** Обабков Сергей Андреевич, генеральный директор ЗАО ПЮЗ «Красная Пресня»
- 4 ноября** Дризина Маргарита Николаевна, директор компании «СевЗапЮвелирпром»
- 7 ноября** Дидяев Валерий Владимирович, генеральный директор ООО ТД «Камея С°»
- 16 ноября** Рак Александр Николаевич, генеральный директор ювелирного завода «Агат»
- 21 ноября** Катаева Валентина Андреевна, заместитель начальника управления по координации деятельности предприятий «АПРОСА» по производству и реализации алмазной продукции
- 22 ноября** Кулешин Эдуард Иванович, генеральный директор ОАО «Золотой орел»
- 24 ноября** Будный Валерий Васильевич, глава отраслевого медиа-холдинга «РЕСТЭК JUNWEX» ВО «РЕСТЭК»
- 25 ноября** Шайдулин Николай Зинатович, генеральный директор ООО «Альфа», ювелирный завод
- 26 ноября** Акимова Лариса Васильевна, генеральный директор Международного симпозиума ювелиров
- 26 ноября** Бычихин Святослав Валерьевич, заместитель генерального директора ЗАО «Северная Чернь»
- 26 ноября** Чарина Изабелла Семеновна, начальник коммерческого управления компании «Золото Якутии»



Разработка и изготовление  
высокохудожественных ювелирных  
изделий с применением техники эмаль-  
гильоше, изготовление корпоративных  
орденов, медалей, знаков



2009



2010



2011



2011



*"Сергей Квашнин"*  
ювелирная компания

Россия, Киров  
[www.kvashnin43.ru](http://www.kvashnin43.ru)  
e-mail: [kvashnin-55@mail.ru](mailto:kvashnin-55@mail.ru)